

**SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET**

**Tina Bošković Sertić**

# **Medijska pismenost i suvremeno društvo**

**(DIPLOMSKI RAD)**

**Rijeka, 2017.**

SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET  
Odsjek za kroatistiku

Tina Bošković Sertić  
Matični broj: 19175

# **Medijska pismenost i suvremeno društvo**

DIPLOMSKI RAD

Diplomski studij: Hrvatski jezik i književnost

Mentor: dr.sc. Dejana Golenko

Rijeka 22. lipnja 2017.

Zahvaljujem se svim profesorima, stručnim službama i ostalim djelatnicima Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Rijeci na organizaciji i provedbi izvanrednog studija Knjižničarstva. Posebno bih željela zahvaliti mentorici, dr.sc. Dejana Golenko bez čije svesrdne pomoći ne bih uspjela napisati ovaj rad, dr.sc. Ceciliji Jurčić Katunar na savjetima i sugestijama, tajniku Odsjeka kroatistike Eduardu Martinčiću i djelatnici Studentske službe gospođi Nari Jurčević.

# Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Medijska pismenost kao fenomen.....	4
2.1. Pojam medijske pismenosti.....	5
2.2. Važnost medijske pismenosti.....	7
2.3. Uključenost koncepta medijske pismenosti u zakonodavne okvire .....	9
3. Institucije koje rade na promicanju medijske pismenosti.....	14
4. Odnos medijske i informacijske pismenosti .....	17
5. Mediji i medijska pismenost.....	22
6. Kriitička medijska pismenost.....	28
7. Medijska pismenost.....	32
8. Primjeri programa medijske pismenosti .....	39
9. Mjerenje naučene razine medijske pismenosti.....	42
10. Prijepori o medijskoj pismenosti.....	45
11. Smjernice za uključivanje medijske pismenosti u program knjižnice .....	49
12. Zaključak.....	51
13. Sažetak .....	53
14. Ključne riječi.....	53
15. Summary .....	54
16. Popis literature .....	55

## 1. Uvod

Cilj ovog teorijskog istraživanja je kritičkom analizom znanstvene literature opisati koncept i problematiku medijske pismenosti te skrenuti pozornost na važnost njezina promicanja s obzirom na nagli razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije i njezinu ulogu važnog čimbenika za aktivno građanstvo u današnjem informacijskom društvu. Metodologija primijenjena na istraživanje teme rada uključivala je uvid u literaturu relevantnu za medijsku i informacijsku pismenost. Budući da je medijska pismenost u zemljama zapadne Europe i Americi relevantan obrazovni koncept, stručna literatura zastupljenija je na engleskom jeziku. Od stručnjaka u Hrvatskoj koji su se istaknuli po svojim nastojanjima u rasvjetljavanju ovog pojma to su Sonja Špiranec i Mihaela Banek Zorica i Nada Zgrabljic Rotar.

Okruženi smo masovnim medijima do te mjere da više i ne pridajemo preveliku pažnju njihovom utjecaju i njihovim porukama. Masovni mediji oblikuju našu stvarnost i jednako tako formiraju naša mišljenja i stavove jer živimo u svijetu prepunom informacija. Kako bismo uopće znali identificirati medijske poruke, važno je biti medijski pismen. Kada je riječ o medijskoj pismenosti, većina korisnika smatra da zna dovoljno i smatra se medijski pismenima. Znamo pristupiti različitim informacijama, glazbi i fotografijama koje nam se putem medija nude kako bismo se zabavili ili istražili neko dano područje. Prepoznajemo slavne osobe, ili idemo korak dalje pa se i poistovjećujemo s njima, odabiremo glazbu koja nam se sviđa, oblikujemo svoj ukus. Svoje poruke znat ćemo obogatiti fotografijama, podacima, videima i učitati ih na razne internetske stranice. Upoznati smo s većinom web stranica, aplikacija, glazbenika i umjetnika. Očito je da znamo pristupiti medijima.

Ako znamo dovoljno da bismo pristupili bilo informacijama bilo sadržajima zabavnog karaktera, zašto se truditi i učiti o medijima? Sve spomenuto ne znači da smo mi doista medijski pismeni. Pristupanjem raznim informacijama nedvojbeno razumijemo jezik, interpretiramo fotografije, čitamo. Sve su to vještine koje uzimamo zdravo za gotovo. Svakodnevno nailazimo na svojevrzne medijske probleme kojih uopće nismo svjesni. Medijske poruke toliko su prisutne da naprosto zagušuju naš prostor.

Potaknuta osobnim profesionalnim saznanjima uočila sam kako je koncept medijske pismenosti i dalje samim korisnicima teško definirati te kako smo razvijajući određene vještine zanemarili kritički razmišljati. Većini je ljudi razina medijske pismenosti ostala ista još od mladenačkih dana, dok je broj medijski odašiljanih poruka neizmjereno porastao. Na internetu je osvanulo pregršt novih stranica, nove pjesme puštene su u eter, odaslane su nove vrste medijskih poruka, a broj filmova, serija i emisija kontinuirano se množio.

S druge strane, malo tko od nas se u međuvremenu pozabavio industrijom masovnih medija, tko stoji iza te industrije, tko je kontrolira, a tko odlučuje o tome koji će se sadržaj emitirati te na koje i kakve načine sve to utječe na društvo. Kada bi svatko od nas naučio više o tim relevantnim pitanjima, mogli bismo aktivnije odlučivati o našoj izloženosti medijima. Na taj način moguće je zauzeti kritički stav prema medijima i sve sagledati s odmakom.

Ovaj rad pokazat će kako masovni mediji sofisticiranim metodama utječu na način na koji doživljavamo svijet. Tipičan korisnik masovnih medija dopušta da ga mediji oblikuju. Oni oblikuju naše viđenje kada je riječ o vezama, uspjehu, zdravlju, slavi, problemima i odgovorima. Na nesvjesnoj razini oblikovani su naši stavovi i sve dok nismo svjesni koja su naša uvjerenja na taj način oblikovana, ostajemo pod trajnim i suptilnim utjecajem medija, potpuno nesvjesni medijskog utjecaja.

Također, rad pruža uvid u zakonodavni okvir Republike Hrvatske i strateške dokumente kojima je regulirana medijska pismenost. Medijska pismenost u Hrvatskoj relativno je nov koncept stoga su tek 2003. i 2004. doneseni zakoni o medijima, javnim medijima i elektroničkim medijima. Mnogo toga još uvijek ovisi o udrugama, kako građanskim, tako i strukovnim, koje kroz svoje djelovanje nadziru ispravan rad medija, poglavito novina ili televizije. Rad donosi i pregled studija slučaja kojima se promicalo medijsku pismenost već vrlo rano (ili baš u pravom trenutku), u osnovnoj školi.

Razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije došlo je do bitnih promjena u društvu, čime je i medijska pismenost došla do sve većeg izražaja. Njezina važnost u svakodnevnom životu sve je veća stoga je ova tema značajna kako za odgojno-obrazovne djelatnike, tako i za roditelje, studente, učenike i sve druge kojima su mediji dostupni.

Ovaj rad sastoji se od deset poglavlja. Prvo poglavlje čitatelja uvodi u osnove medijske pismenosti te govori o važnosti iste. U tom poglavlju opisan je zakonodavni okvir koji uključuje važnost i promicanje medijske pismenosti, vođen zaštitom komunikacijskih prava djece i odraslih te slobodi medija. Sljedeće poglavlje analizira institucije koje rade na promicanju medijske pismenosti, od kojih je najveća i najpoznatija UNESCO. Nadalje, rad govori o odnosu medijske i informacijske pismenosti budući da su to dva vrlo bliska koncepta. Dakako, informacijska pismenost izrasla je iz informacijsko-komunikacijske tehnologije, dok se medijska pismenost sastoji od tri važna područja: uporabe vještina, kritičkog razumijevanja i komunikacijskih sposobnosti. Nedovoljno je medijskih organizacija koje bi radile na povećanju medijske pismenosti mladih stoga naredno poglavlje razmatra medije kao sredstvo koje će doprinijeti poboljšanju medijske pismenosti, obrazovati mlade o temama medijske pismenosti i nasilja putem novih medija. U tom je poglavlju opisana povijest svih medija, od prvog medija (knjige) do modernih društvenih medija i internetskih platformi. Tu su još i najznačajnije filozofske struje koje su analizirale medije. Kako su istaknuti filozofi već zaključili, potencijalna opasnost leži u nezauzimanju kritičkog stava spram medijskih poruka. Stoga rad u šestom poglavlju donosi definiciju kritičke medijske pismenosti te primjere bezrezervnog i slijepog vjerovanja medijima kao i utjecaje medija na svakodnevne živote mladih i odraslih. Najosjetljivija skupina kada je riječ o medijskoj pismenosti su, naravno, djeca. O njima se piše u sedmom poglavlju, s osobitim naglaskom na nove generacije učenika koji mnogo svog slobodnog vremena provode u virtualnom svijetu. U sljedećem poglavlju navedeni su neki programi medijske pismenosti u Europi i Aziji koji su bili provedeni s djecom osnovnoškolske dobi. Osim što promiču medijsku pismenost programi istovremeno uče mlade o poduzetništvu, umjetničkom samoizražavanju, obrazovanju potrošača, građanskom i zdravstvenom odgoju te drugim društvenim vještinama. Naslanjajući se na studiju Renee Hobbs i Richarda Frosta, deveto poglavlje razmatra koliko je izazovno u današnje doba ocijeniti kolika je zapravo razina medijske pismenosti odrasle osobe, dok deseto poglavlje govori o prijedlozima u medijskoj pismenosti, osvrćući se najviše na obrazovanje. Budući da su knjižnice direktno vezane uz obrazovanje, u posljednjem poglavlju iznesene su smjernice za uključivanje medijske pismenosti u njihove programe te primjeri iz knjižnica u svijetu.

## 2. Medijska pismenost kao fenomen

Medijska pismenost definirana je 1992. na konferenciji *National Leadership Conference on Media Literacy* kao "sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija".<sup>1</sup> Kao što je rečeno u uvodu, medijska pismenost sastoji se od tri važna segmenta: uporabe vještina, kritičkog razumijevanja i komunikacijskih sposobnosti. Budući da danas građani radije dobivaju informacije iz medijskih negoli pisanih izvora, važno je da svi budu pismeni – „pismeni“ u smislu da znaju više od brojki i slova. Nedovoljno kritičkog razmišljanja o medijima pridonosi nižoj razini medijske pismenosti.

Osnova medijske pismenosti ovladavanje je kritičkim i kreativnim vještinama, odnosno znanjima koja pomažu kako bismo dobili povezane složene ideje, stalno postavljanje pitanja, dobivanje pravih odgovora i uočavanje zablude što i jest temelj intelektualnih sloboda. Prijašnje poimanje pismenosti bilo je znati pisati i čitati, što je stoljećima bilo više nego dovoljno. S obzirom na nagli i brzi razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije iznimno su važne postale dvije vrste pismenosti - informacijska i medijska pismenost.

Medijska pismenost nije vezana isključivo uz intelekt ili razum. Medijska pismenost je sposobnost ostvarivanja pristupa medijima, razumijevanja i kritičkog vrednovanja različitih aspekata medija i medijskog sadržaja te komuniciranja u različitim kontekstima. Temeljna je vještina i za mlađe generacije i za odrasle.<sup>2</sup> Nada Zgrabljic Rotar drži da ona uključuje različite vrste pismenosti: informacijsku, vizualnu, dokumentarnu, inovativnu, pismenost masovnih medija kao i „nove jezike“ (film, radio, televizija<sup>3</sup>). Medijska pismenost znači kritički procijeniti, analizirati, stvoriti medijske poruke svake vrste. Ona utječe na osobni profesionalan razvoj, ponašanje pojedinca, na način kako provodimo svoje slobodno vrijeme, gledamo svijet i procesuiramo informacije. Interaktivna tehnologija koja nam je dostupna pritom utječe na

---

<sup>1</sup>Aufderheide, Patricia (1992) *A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Maryland: The Aspen Institute.

<sup>2</sup>Audiovizualna i medijska politika,

URL:<[http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/hr/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.13.2.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/hr/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.13.2.html)>.

<sup>3</sup>Zgrabljic Rotar, Nada (2005) „MEDIJI - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji“ u *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: MediaCentar, str.2.



standard našeg življenja, dok u isto vrijeme revno brinemo o vlastitoj privatnosti i sigurnosti naših računala. Stoga bi svatko danas trebao biti donekle medijski pismen.

Medijska pismenost u današnje je vrijeme postala glavna tema istraživanja i djelovanja. To je pismenost koja omogućuje ljudima da izraze kritičko mišljenje i da budu kreativni stvaratelji nevjerojatno širokog raspona slikovnih, jezičnih i zvukovnih poruka. Kako komunikacijska tehnologija preobražava društvo, tako utječe i na naše shvaćanje sebe, zajednice i različitih kultura, zbog čega je medijska pismenost ključna vještina za život u 21. stoljeću.

## 2.1. Pojam medijske pismenosti

Pozivajući se na Europsku povelju o medijskoj pismenosti medijski pismeni ljudi mogu:

- učinkovito upotrebljavati medije za pristupanje, pohranu i dijeljenje sadržaja kako bi zadovoljili osobne ili zajedničke potrebe i interese;
- pristupiti različitim medijskim sadržajima bez obzira na podrijetlo izvora i donositi informirane odluke;
- razumjeti kako i zašto se medijski sadržaj proizvede;
- kritički analizirati tehnike, jezike i konvencije koje koriste mediji i poruke koje prenose;
- kreativno upotrebljavati medije za izražavanje i komuniciranje ideja, informacija i mišljenja;
- identificirati i izbjegavati medijske sadržaje i usluge koje mogu biti štetne i uvredljive;
- učinkovito koristiti medije za ostvarivanje svojih demokratskih prava i građanskih odgovornosti.<sup>4</sup>

Iz navedenoga možemo uočiti da je jedna od glavnih karakteristika medijske pismenosti multidimenzionalnost. Ona nije samo kognitivna, već i emocionalna, estetska i moralna. Sva navedena četiri segmenta čine medijsku pismenost. Primjerice, dok gledamo neki film, možda ćemo saznati povijesne činjenice, redateljeve stavove, zadanu temu i sve zajedno proizvesti će

---

<sup>4</sup>The European Charter for Media Literacy, para. 2, URL:<<http://www.euromedialiteracy.eu/charter.php>>.

emotivnu reakciju. Medijska pismenost je kontinuum, a ne kategorija. Drugim riječima, postoje stupnjevi medijske pismenosti i svatko od nas do određene granice zastupa tu medijsku pismenost. Osobe koje nisu dovoljno medijski pismene, slabije razumiju medije i jednako tako lošije interpretiraju odaslane im poruke.<sup>5</sup>

Iako bi mediji trebali biti pozitivni izvori informacija i zabave, zapravo su nam potrebna različita znanja i vještine za interpretaciju tih medija. Razvijena društva pozitivan su primjer kako osmisliti razne društvene strategije važne za medijsko opismenjavanje. UNESCO je još sedamdesetih godina potaknuo pitanje medijskog obrazovanja. Deklaracija o medijskom odgoju, potpisana 1982.<sup>6</sup>, zagovarala je uključivanje medijskog obrazovanja u školske sustave diljem svijeta.<sup>7</sup> Koliko god se otada koncept medijske pismenosti mijenjao, jedno je ostalo isto: medijska pismenost temelji se na komunikacijskim pravima koja potječu iz osnovnih ljudskih prava garantirana dokumentima međunarodne zajednice, ponajprije Poveljom Ujedinjenih naroda o ljudskim pravima (1945.<sup>8</sup>) i Europskom konvencijom o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda (1950.).<sup>9, 10</sup>

Medijska pismenost razvija različite vještine:

1. tehničke (sposobnost pristupa medijima),
2. kritičke (razumijevanje medijskih sadržaja, sposobnost njihovog tumačenja i kritičkog vrednovanja)
3. praktične (sposobnost stvaranja medijskih poruka).<sup>11</sup>

One omogućuju da mediji budu shvaćeni i na dobar način, bez stereotipa, prihvaćeni u društvu koje ih pažljivo i kritički razmatra.

---

<sup>5</sup>Potter, James W. (2001) *Media Literacy*. London: SAGE Publications, str. 27-28.

<sup>6</sup> Declaration On Media Education, (1982), UNESCO, Grunwald.

<sup>7</sup>Media and Information Literacy Curriculum for Teachers (2011), UNESCO, Pariz.

<sup>8</sup>Povelja Ujedinjenih naroda; Narodne novine - Međunarodni ugovori 15-35/1993.

<sup>9</sup>Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda, Narodne novine – MU, br. 18/97, 6/99, 14/02, 13/03, 9/05, 1/06, 2/10.

<sup>10</sup>Isto, Zgrabljic Rotar, str. 1.

<sup>11</sup>Peruško, Zrinjka (2008) *Mediji, kultura i civilno društvo*, Zagreb:Hrvatsko sociološko društvo.

Predmet proučavanja medijske pismenosti su potencijalno štetni medijski sadržaji (nasilje, reklame, stereotipi ili pornografija), utjecaji medija i štetnih sadržaja, regulacija i samoregulacija (konvencije, nacionalni zakoni i etički kodeksi novinara i oglašivača), te nove tehnologije i njihova društvena uloga. To obuhvaća industrijalizaciju informacija, zabave i kulture, interaktivnu komunikaciju, nove medijske žanrove poput bloga itd.<sup>12</sup>

Nadalje, medijska pismenost važna je odlika demokratskog društva. Svakodnevno svjedočimo utjecaju medija na glavne demokratske procese. Za demokratsko učešće građana potrebne su vještine kritičkog mišljenja i samoizražavanja. Medijska pismenost omogućava prvenstveno djeci, budućim građanima - političke odabire, shvaćanje političkog diskursa i sudjelovanje u njemu. Time stvaramo preduvjete da i sami, jednoga dana, kao punoljetni, medijski pismeni i dobro obrazovani građani donesu promišljene odluke.<sup>13</sup>

## 2.2. Važnost medijske pismenosti

Masovni mediji oblikuju našu stvarnost i jednako tako formiraju naša mišljenja i stavove jer smo okruženi svijetom prepunim informacija. Jednostavnim rječnikom, možemo reći da naš um radi automatski, a jedini razlog zbog kojeg smo i dalje u pogonu je taj što je naša kultura toliko zasićena informacijama da se jedino tako naš um može zaštititi od pristizanja neprestano novih informacija. Zašto je važno podići razinu medijske pismenosti? Kada je riječ o medijskoj pismenosti, većina korisnika smatra da zna dovoljno. Upoznati smo s većinom web stranica, aplikacija, glazbenika i umjetnika. Ako znamo dovoljno da bismo pristupili bilo informacijama bilo sadržajima zabavnog karaktera, čemu se truditi i učiti o medijima? Svakodnevno nailazimo na svojevrstne medijske probleme kojih uopće nismo svjesni. Medijske poruke zagušuju naš prostor.

Hollywood distribuirao više od 700 sati filmova godišnje. K tome, na video platforme poput YouTubea dnevno se uploada više od 100,000 sati videa dnevno prema podacima iz 2013. Svake godine na svijetu se emitira više od 48 milijuna sati video materijala na komercijalnim

---

<sup>12</sup>O medijskoj pismenosti. URL: <http://www.medijskapismenost.net/o-medijskoj-pismenosti>.

<sup>13</sup>Masterman, Len (1985) *Teaching the Media*, London: Routledge.

televizijama, dok radio postaje emitiraju 65,8 milijuna sati radijskog programa. Možemo birati između 140 milijuna raznovrsnih knjiga dok nam svakodnevno diljem svijeta niče novih 1500 naslova. Internet je postao toliko golem da ni sami ne vidimo njegov kraj. 2013. *Google* je zabilježio 13.4 bilijuna internetskih stranica, a smatra se da je to samo 1% od sveukupnih stranica.<sup>14</sup>

Ubrzan rast također znači da će se kroz period od samo dvije godine cjelokupan broj informacija udvostručiti. Sve je veći broj umjetnika, glazbenika, znanstvenika i svi oni producirat će informacije na lako dostupnim platformama koje je jednako lako koristiti. Granice se polagano brišu i to sve zahvaljujući internetu, društvenim mrežama i općenito medijima. Tome u prilog ide i činjenica da su mediji vrlo privlačni, a ljudi su skloni provoditi vrijeme u ugodu i bezbrižnosti. Mediji su postali važni aspekt svakodnevnog života, te smo stalno na direktan (izravno slušajući medijske poruke putem radija, televizije, surfajući webom) ili indirektan način s njima povezani (komentiramo medijske poruke s prijateljima, primjenjujemo standarde koje su nam mediji nametnuli). Ukratko, konstantno smo povezani s prijateljima, obitelji, društvom i svijetom upravo pomoću medija. Nadalje, kako bismo uopće držali korak sa svim pruženim informacijama, procesuiramo ih istovremeno (termin poznat kao *multitasking*<sup>15</sup>). *Multitasking*, primjerice znači razgovarati na mobitel s prijateljem dok istovremenopratimo vijesti i pretražujemo ponudu internet trgovine. Na taj smo način samo još više izloženi medijskim informacijama. Budući da nas mediji svakodnevno informiraju o toliko mnogo tema, naš je zadatak izabrati informacije koje su relevantne i pritom ih dobro izabrati.<sup>16</sup>

Medijski pismene osobe zamjećuju razliku između stvarnog svijeta i onog svijeta kojega su nam dočarali mediji. Kada ste medijski pismeni, u stanju ste s kritičkim odmakom sagledati artificijelnu realnost koju nam mediji dočaravaju i jednako tako živjeti život kakvoga ste sami odabrali. Medijska nepismenost opasna je koliko i otrovna za ljudski duh. Tada nismo u mogućnosti sami ocijeniti što je dobro za nas, a što nije. Neprestana želja za posjedovanjem

---

<sup>14</sup>Potter, James W. (2016) *Introduction to Media Literacy* Thousand Oaks: SAGE Publications.

<sup>15</sup>*Multitasking* je u engleskom jeziku riječ koja označava sposobnost obavljanja više zadataka ili poslova, najčešće istovremeno.

<sup>16</sup>Roberts, Donald i Foehr, Ulla (2008) *Trends in Media Use*, New Jersey: Centre for the Future of Children.

pokazala se kao jedan od očitih produkata masovnih medija, a toj našoj želji nikad ne možemo potpuno udovoljiti. Zbog toga smo neprestano potišteni i žalosni.

Mediji uvjetuju naše ponašanje jednako koliko odabiru informacije za nas. To nažalost ne znači da je riječ o informacijama koje su nam i najpotrebnije.

Mnoge su europske vlade odobrile sredstva projektima medijske pismenosti, no mnogo toga još valja učiniti. Stručnjaci i autori smatraju kako bi knjižnice trebale prenositi medijske vještine i znanja učenicima, odraslima i ostalim građanima. Otegotna je okolnost to što se sve više korisnika služi webom negoli tradicionalnim izvorima kada su u potrazi za informacijama. Web izvori su brzi, lako dostupni, a pouzdanost, čini se, ne predstavlja veliki problem. Često korisnici ne znaju niti kako ocijeniti prikupljene dokumente niti kako odabrati relevantne dokumente za svoje radove. Knjižnice stoga trebaju surađivati s obrazovnim stručnjacima kao i s medijima.

### **2.3. Uključenost koncepta medijske pismenosti u zakonodavne okvire**

Uzimajući u obzir sve intenzivniji razvoj medijske industrije i tržišnih zakona koji sve više upravljaju informacijama, doneseni su strateški dokumenti koji su definirali koncept medijske pismenosti, od kojih su neki dokumenata doneseni na svjetskoj, a drugi na europskoj razini. Stvarajući uspješne medijske politike, demokratske su zemlje željele zaštititi najosjetljivije skupine građana, osobito djecu.

Europska unija smatra da je medijska pismenost važan čimbenik za aktivno građanstvo u današnjem informacijskom društvu. Zaključci Vijeća od 30. svibnja 2016. o razvoju medijske pismenosti i kritičkog razmišljanja putem obrazovanja i obuke naglašavaju da je medijska pismenost u doba interneta i društvenih mreža važnija nego ikad te treba biti sastavni dio obrazovanja i obuke na svim razinama.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Audiovizualna i medijska politika,

URL:<[http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/hr/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.13.2.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/hr/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.13.2.html)>, posjet 20.svibnja 2017.

Zakonodavni dokumenti danas osvještavaju važnost i promicanje medijske pismenosti vodeći se zaštitom komunikacijskih prava djece i odraslih kao i zaštitom prava i slobode medija. Neki od najznačajnijih dokumenata su:

- European Convention on Transfrontier Television of the Council of Europe (1989), čl. 7.<sup>18</sup>;
- EU direktiva „Televizija bez granica” (1997) čl. 22., 22a i 22b<sup>19</sup>;
- The EBU Guidelines for Programmes when Dealing with Portrayal of Violence (1992)<sup>20</sup>;
- Bratislava Resolution (1994)<sup>21</sup>;
- The Children`s Television Charter (1995)<sup>22</sup>;
- Asian Declaration on Child Rights and the Media (1996)<sup>23</sup>;
- The UNESCO Action Plan on Cultural Policies for Development (1998)<sup>24</sup>;
- Recommendation 1215 on Ethics of Journalism (1993)<sup>25</sup>;
- Child Rights and the Media: Guidelines for Journalists (1998)<sup>26</sup>;
- The EU Recommendation on the Protection of Minors and Human Dignity in Audiovisual and Information Services (1998)<sup>27</sup>;

---

<sup>18</sup>Council of Europe (COE), URL: <<https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/132>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>19</sup>EUR-Lex, URL: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3A124101>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>20</sup>EBU, URL: <<https://www.ebu.ch/about/legal>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>21</sup>Bratislava Resolution, URL: <<http://www.nordicom.gu.se/en/clearinghouse/bratislava-resolution>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>22</sup>The Children`s Television Charter URL: <<http://www.nordicom.gu.se/en/clearinghouse/childrens-television-charter>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>23</sup>Asian Declaration on Child Rights and the Media URL: <<http://www.nordicom.gu.se/en/clearinghouse/asian-declaration-child-rights-and-media>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>24</sup>The UNESCO Action Plan on Cultural Policies for Development URL: <<http://www.nordicom.gu.se/en/clearinghouse/unesco-action-plan-cultural-policies-development>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>25</sup>Recommendation 1215 on Ethics of Journalism URL: <<http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=15249&lang=en>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>26</sup>Child Rights and the Media: Guidelines for Journalists URL: <[https://www.unicef.org/media/media\\_tools\\_guidelines.html](https://www.unicef.org/media/media_tools_guidelines.html)>, posjet 20. svibnja 2017.

- Declaration of the Asia–Pacific Forum on Children and Youth (2001)<sup>28</sup>;
- Commitment for the Future, Thessaloniki, 2001.<sup>29</sup>

U navedenim se dokumentima mijenja ili bolje reći širi paradigma "zaštite djece" u medijskom okružju i pojašnjava pojam "ljudskih komunikacijskih prava".<sup>30</sup> Uz to što se stalno traži balans između slobode medija i komunikacijskih prava medijskih korisnika, ističe se da uspješna regulacija najviše ovisi o stalnoj suradnji medija, vlada i roditelja, te da se pitanje zaštite djece u medijskom okružju ne može riješiti jednim postupkom već slijedi mnogo malih aktivnosti i djelovanja.<sup>31</sup> Drugim riječima, medijska pismenost mora postati najvažniji interes društva, a djeci i mladima omogućiti slobodu i kreativnost u korištenju medija i razumijevanju ekonomskih načela funkcioniranja medija i medijskog diskursa. U medijsko opismenjavanje osim samih medija uključeno je civilno društvo, vlade i znanstvene institucije. Društvo mora aktivno pridonositi svim naporima i provoditi akcije kojima bi senzibilizirali javnost i vlade, mediji moraju razviti odgovarajuću samoregulaciju i također bi trebali postojati mehanizmi za praćenje medijske provedbe tih kodeksa. Kako bi se postignuli krajnji ciljevi, vlade moraju u svojim medijskim politikama donositi zakone koji će, u skladu s međunarodnim konvencijama regulirati prava djece na medije. Znanstvene institucije trebaju financirati istraživanja o uporabi medija i utjecaju medija na djecu. Javni mediji moraju imati posebnu ulogu u poticanju i zaštiti medijskog pluralizma, kvalitete medijskih programa potrebnih djeci, te kontroli emitiranja negativnih sadržaja komercijaliziranih kroz nasilje, pornografiju i slično.

---

<sup>27</sup>The EU Recommendation on the Protection of Minors and Human Dignity in Audiovisual and Information Services URL: < <http://www.nordicom.gu.se/sv/clearinghouse/european-union-recommendation-protection-minors-and-human-dignity-audiovisual-and>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>28</sup>Commitment for the Future, URL: <<http://www.nordicom.gu.se/sv/clearinghouse/declaration-asia-pacific-television-forum-children-and-youth>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>29</sup>European Children's Film Association Association, URL:<[http://www.ecfaweb.org/wp-content/uploads/2001/03/World\\_Summit\\_on\\_Media\\_for\\_Children2.pdf](http://www.ecfaweb.org/wp-content/uploads/2001/03/World_Summit_on_Media_for_Children2.pdf)>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>30</sup>Nada Zgrabljic Rotar (2005.) "MEDIJI - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji" u Nada Zgrabljic Rotar (Ur.) *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: MediaCentar, str. 11-12.

<sup>31</sup>Isto.

Hrvatska je na temelju Konvencije o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda<sup>32</sup>, te Europske konvencije o prekograničnoj televiziji<sup>33</sup>, na temelju Ustava RH, izradila sljedeće zakone o medijima:

- Zakon o medijima<sup>34</sup>,
- Zakon o elektroničkim medijima<sup>35</sup> kojima se reguliraju komercijalni elektronički mediji i
- Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji<sup>36</sup>.

U razlozima donošenja zakona ne spominju se interesi djece. U Zakonu o Hrvatskoj radioteleviziji iz 2010. odnosno javnoj televiziji, prava djece se podrazumijevaju u kontekstu poštivanja *Televizije bez granica*<sup>37</sup>. Javna televizija, a pogotovo komercijalne, emitiraju u *primetimeu*, u vremenu od 19 do 22 sata, mnogo nasilja i scena neprikladnih za djecu. Vijeće za elektroničke medije i Vijeće HRT-a dva su tijela koja mogu odlučivati o tako važnim pitanjima i trebala bi surađivati sa civilnim sektorom. Znanstvene institucije trebale bi poticati istraživanja usmjerena na medije, medijske sadržaje i utjecaje medija, posebno utjecaje na djecu. Pozitivni su pomaci napravljeni u samoregulaciji novinarske profesije jer su na inicijativu Hrvatskog novinarskog društva, u novinarski kodeks uključena dva dodatna članka kojima se štite prava djece u medijima (čl. 17. i 18.). S druge strane, u slučajevima kada su prava djece prekršena i odnos novinara tj. medija ocijenjen kao neetičan prema djeci, odlučit će Vijeće časti HND-a. U

---

<sup>32</sup>(Europska) Konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda, Narodne novine – MU, br. 18/97, 6/99, 14/02, 13/03, 9/05, 1/06, 2/10.

<sup>33</sup>Europska konvencija o prekograničnoj televiziji i Protokol o izmjenama Europske konvencije o prekograničnoj televiziji (pročišćeni tekst), Narodne novine - Međunarodni ugovori, br. 11-101/2001.

<sup>34</sup>Zakon o medijima, Narodne novine, br. 59/2004, 84/2011, 81/2013.

<sup>35</sup>Zakon o elektroničkim medijima, Narodne novine, br. 153/2009, 84/2011, 94/2013, 136/2013.

<sup>36</sup>Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji, Narodne novine, br. 137/2010, 76/2012, 78/2016.

<sup>37</sup>Pojam *Televizija bez granica* odnosi se na Direktivu Europske komisije koja je donesena 1989. kao uputa za usklađivanje nacionalnih zakonodavstava u radiodifuziji s europskim sustavom. Propisuje ukidanje granica protoka informacija i uspostavu slobodnoga protoka AV programa, uz osiguranje ravnopravnih uvjeta u konkurenciji i širenju najkvalitetnijih europskih AV ostvarenja, te usklađuje standarde oglašavanja. Zamijenjena je 2007. Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama, koja u obzir uzima razvoj tehnologija te pokriva sve audiovizualne i medijske usluge, uključujući usluge na zahtjev. Vidi više u: Leksikon radija i televizije, URL: <<http://obljetnica.hrt.hr/leksikon/t/televizija-bez-granica/>>, posjet 20. svibnja 2017.



tome tijelu nema predstavnika vlasnika medija stoga ono predstavlja više moralni autoritet. Kao jednu od inicijativa treba spomenuti i promjenu odnosno dopunu Kodeksa oglašivača Hrvatskog oglasnog zbora, s uvažavanjem prava djece.

Civilne udruge u Hrvatskoj posvećuju sve više pozornosti pitanju medijskog opismenjavanja. Posebno je važno medijsku pismenost, koja za sada nije uključena u hrvatski obrazovni sustav u suvremenom smislu, nego se samo predaje prema interesu nastavnika u okviru nastave Hrvatskoga jezika u osnovnim školama i uključiti je kao jedan od predmeta učenicima osnovnih i srednjih škola. Strategija medijske pismenosti u Hrvatskoj mogla bi slijediti pozitivan primjer susjedne nam Slovenije. Fakultet društvenih znanosti Sveučilišta u Ljubljani podržava „Media Education Project“<sup>38</sup> kao dio obrazovanja nastavnika za medijski odgoj u osnovnim školama i jednako tako djeluje kao veza između učitelja, roditelja i medija. Autori navode brojne primjere programa medijske pismenosti unutar predmeta Engleskog jezika u američkim školama kao i medijsko opismenjavanje u sklopu projekta knjižnice u Rumunjskoj. U svakom slučaju, u procesu razvoja medijske kulture i medijske pismenosti sudjeluje mnogo faktora tijekom dužeg vremenskog perioda i svaka je inicijativa korisna.<sup>39</sup>

Nada Zgrabljic Rotar<sup>40</sup> navodi kako ti strateški dokumenti upozoravaju na obvezu stalnog preispitivanja dužnosti i moralne obveze koje mediji i novinari imaju prema djeci, njihovoj zaštiti privatnosti i pravilnom psihičkom razvoju. Također tvrdi kako ih je nužno sustavno ugrađivati u medijske ili uredničke politike, novinarske kodekse i zakone te nadzirati njihovu primjenu. Dokumente su napisale i donijele grupe stručnjaka iz znanstvenog, medijskog i civilnog sektora na temelju prethodne analize o:

- sadržaja o nasilju u filmovima i na televiziji;
- analize nasilnih videoigara;
- uporabu i dostupnost pornografskih, rasističkih i pedofilskih sadržaja na Internetu;
- govora mržnje;
- raznih nacionalnih televizijskih politika i načinima sudjelovanja djece u njihovim programima;

---

<sup>38</sup>Erjavec, Karmen (2002) The Media and Computer Literacy Project in Europe: The Case of Slovenia.

<sup>39</sup>Zgrabljic Rotar, Nada (ur.) Medijska pismenost i civilno društvo, Sarajevo: MediaCentar, 2005.

<sup>40</sup>Zgrabljic Rotar, Nada, isto, str.11.

- istraživanja o percepciji nasilja kod medijskih korisnika i korisnika Interneta;
- navike djece i odraslih u korištenju medija, njihova ocjena programskih sadržaja, njihova mišljenja o filtriranju internetskih sadržaja, uporabu V-čipova itd.
- međunarodnih istraživanja o potrebi nadzora djece pri uporabi medija, interneta, televizije i videoigara;
- studija o oglašavanju za djecu.<sup>41</sup>

Učinak medija nije jednak na sve mlade gledatelje jer postoje čimbenici koji pojačavaju ili smanjuju njihov utjecaj, o čemu će više riječi biti u zasebnom poglavlju “Mediji i djeca”.

### 3. Institucije koje rade na promicanju medijske pismenosti

U svijetu i u Hrvatskoj brojne institucije su uključene na osvještavanju i promicanju medijske pismenosti, a jedne od njih su svakako i knjižnice. Svatko je od nas vjerojatno dosad uočio u svojem knjižničnom ogranku predavanje, radionicu ili plakat o medijima i medijskoj pismenosti.

Gradska knjižnica Marka Marulića u Splitu za svoje je članove školskog uzrasta organizirala filmsku radionicu. Tako su tijekom školskih praznika 2014. godine djeca snimila kratki igrani film „Facebook“, inspiriran anegdotom iz djetinjstva legendarnog splitskog novinara Milorada Bibića Mosora. U središtu njihove filmske priče je jedna stara, potrgana knjiga koja je uspjela stvoriti nove prijatelje, čak i u vrijeme brojnih prijateljstava na *Facebooku* i drugim društvenim mrežama.

Školske knjižnice imaju velik društveni značaj i uvođenje tehnologije u rad školskog knjižničara utječe na proširenje komunikacijskih mogućnosti knjižnice. Mnoge školske knjižnice opredijelile su se za medijsko opismenjavanje učenika putem lektirnih naslova. Lektirna su djela odlučili digitalno obraditi tako što su djeca o knjizi izrađivala audio i video zapise, *online* postere, slikovnice, kvizove, igre, multimedijalne priče, blog, *online* dnevnik i sl. Radovi su izrađivani prema predlošku romana ili drugog lektirnog naslova. Na tim projektima potrebna je suradnja

---

<sup>41</sup>Zgrabljic Rotar, Nada, str. 11, isto.

školskog knjižničara i nastavnika hrvatskog jezika koji uključuje medijsku kulturu u redovnu nastavu.

Osim knjižnica, aktivnim promicanjem medijske pismenosti bave se još i sljedeće organizacije: *Media Education Foundation* (MEF), neprofitna organizacija koja se bavi prikupljanjem dokumentaraca, transkripata, linkova, članaka na temu medijskog obrazovanja, Centar za medijsku pismenost (CML), *Media Smarts* i UNESCO.<sup>42</sup>

CML kroz programe koji pružaju informacije o medijskoj pismenosti i radionice koje služe nastavnicima kao pedagoški oslonac, nudi medijske interpretacije tema poput nasilja, zloupotrebljavanja alkohola, *MediaLit Kit* pokrenut 2002. i otada redovito nadopunjavan, osnovna je vodilja za medijsku pismenost. Njihove postere i uručke je moguće koristiti u radu u školi, u radu s nastavnicima-početnicima i raznim drugim formama obrazovanja. Mjesečni *newsletter* nudi nove savjete, događaje i najnovija saznanja.

*Media Literacy Project*<sup>43</sup> (MLP) neprofitna je organizacija koja zagovara medijsko obrazovanje i pravednost medija. Cilj im je stvoriti sve više kritičkih korisnika medija. Ima vlastiti *pressroom*, koji redovito objavljuje novosti vezane uz medijsku pismenost. Također prate i lokalna i nacionalna izvješća o vlastitom radu te sve objavljuju u svojim blogovima.

*Media Smarts*<sup>44</sup>, kanadska neprofitna dobrotvorna organizacija već više od 15 godina promiče medijsku i digitalnu pismenost, a sve je počelo s inicijativom kanadske radiotelevizije vezane uz nasilje. Tako je još 1996. MS postao autonomna organizacija i otada kod mladih promiče vještinu kritičkog razmišljanja.

Medijska pismenost zaslužna je za promjenu shvaćanja paradigme pismenosti, od tradicionalne pismenosti do nove vrste pismenosti na koju utječu raznorazni novi mediji. Uloga medija je ambivalentna: s jedne strane predstavljaju odgojno-obrazovni faktor, s druge imaju manipulativnu funkciju. Kako bismo bolje razumjeli prošlost i promjene koje se zbivaju u sadašnjosti, važno je promicati medijsku pismenost među istraživačima, znanstvenicima,

---

<sup>42</sup>Yildiz, Melda N. (2015) *Handbook of Research on Media Literacy in the Digital Age*, Chicago:IGI Global, str.239-240.

<sup>43</sup>Isto, str. 242.

<sup>44</sup>Isto.

nastavnicima i svima koji imaju priliku donositi odluke. Za pojedinca, ona znači analiziranje poruka, vijesti i reklama te njihova primjena u svakodnevnom životu.

Kroz konferencije, seminare, simpozije, publikacije i istraživanja UNESCO je dao golem doprinos razvoju medijske pismenosti. Već preko 40 godine UNESCO se bavi promicanjem medijske pismenosti, no kada njihovim dokumentima i deklaracijama dodamo opciju „Pinterest“ ili „Tweet“, sve zvuči mnogo modernije. Koncept informacijske pismenosti je 2005. na UNESCO-voj konferenciji u Aleksandriji poprimio još veće razmjere kad su ga počeli nazivati „građanskim pravom“.<sup>45</sup> Nakon godina usavršavanja i suradnje sa znanstvenicima, nastavnicima, akademikima, istaknutim učiteljima UNESCO je 2011. donio kurikulum koji bi trebao služiti kao model za nacionalne školske sustave. UNESCO je u suradnji s muslimanskim arapskim zemljama kurikulum htio sačuvati bogato nasljeđe lokalne kulture. Uz mnoštvo materijala poput naputaka za zaštitu od računalne prevare, snimanja iz određenog kuta i perspektive, tu su i definicije računalnih sistema. Medijska i informacijska pismenost (MIL) osvrće se na obrazovanje nastavnika, javne televizijske i radijske servise te radionice.<sup>46</sup> Time se želi omogućiti pristup i razvijanje informacijskih i medijskih kompetencija svakom građaninu. Svjetski tjedan medijske i informacijske pismenosti održanje početkom studenog 2016. u Sao Paulu. Tema konferencije nosila je naziv *Medijska i informacijska pismenost: nove paradigme za međukulturalni dijalog*.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup>Alexandria Proclamation on Information Literacy and Lifelong Learning. The final report of the High-Level Colloquium on Information Literacy and Lifelong Learning, held at the Bibliotheca Alexandrina, Alexandria, Egypt, 6-9 November 2005. URL: <<http://archive.ifla.org/III/whis/info-lit-for-all.htm>>, posjet 09. svibnja 2017.

<sup>46</sup>Više o MIL-u dostupno na:<http://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy>.

<sup>47</sup>UNESCO “Global MIL week”, URL: <<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/global-alliance-for-partnerships-on-media-and-information-literacy/global-mil-week/>>, posjet 16. svibnja 2017.

## 4. Odnos medijske i informacijske pismenosti

Nekad je „pismenost“ značila znati čitati i pisati, podrazumijevajući pritom standardnu vrstu pismenosti koja je uključivala i numeričku te tehničku pismenost. Razvojem informatike pojavila se i informatička pismenost koja uključuje znanje rada na računalu, znanje o uporabi računalnih sustava i programa, a potom i informacijsku i sve druge vrste pismenosti.<sup>48</sup>

Informacijska i medijska pismenost su dva vrlo bliska koncepta. Već prema samim terminima pojmova naslućuje se kako je informacijska pismenost izrasla iz informacijske tehnologije, te joj je stoga osnovni cilj pronalaženje informacija, te vrednovanje i korištenje istih. Uz koncept informacijske pismenosti često se spominje medijska pismenost, jer razvijanje vještina informacijske pismenosti nije moguće bez medijske pismenosti – razumijevanja načina na koji mediji funkcioniraju. Uz njih još se vežu i pojmovi računalna, internetska ili digitalna pismenost. Riječ je o srodnim, no različitim konceptima.

Za stručnjake koji dolaze iz šireg područja informacijskih znanosti i knjižničarstva, informacijska pismenost je nadređeni pojam koji uključuje ostale tipove pismenosti.<sup>49</sup> U informacijskoj pismenosti isprepliću se sposobnosti korištenja tiskanih izvora, knjižnica, digitalne građe i medija. Informacijska pismenost za razliku od digitalne ili medijske pismenosti, zahvaća različite pojavnosti informacija: od usmenih informacija, analognih izvora tiskanih na papiru pa sve do digitalnih informacija.<sup>50</sup> Informacijska je pismenost moguća samo uz kombinaciju kognitivnih i tehničkih vještina kako bi se pristupilo informacijama te ih se pravilno koristilo.

---

<sup>48</sup>Stričević, Ivanka (2011) “Pismenosti 21.stoljeća: Učenje i poučavanje u informacijskom okruženju”, *Zrno: časopis za obitelj, vrtić i školu*, 22, Zagreb, str. 97-98.

<sup>49</sup>Bawden, David (2001), “Information and digital literacies: A review of concepts”, *Journal of Documentation*, 57(2), str. 218-259.

<sup>50</sup>Špiranec, Sonjai Banek, Mihaela (2008) *Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazišta*, Zagreb: Zavod za informacijske studije odsjeka za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, str. 83.

Kovanicu informacijske pismenosti prvi je put uveo Paul Zurkowski 1974. definirajući je kao učinkovito korištenje informacija u kontekstu rješavanja problema.<sup>51</sup> Američko knjižničarsko društvo 1989. formuliralo je jednu od najčešće korištenih definicija informacijske pismenosti prema kojem su informacijski pismene osobe “one koje su naučile kako učiti (...) jer znaju kako je znanje organizirano, kako pronaći informacije i kako ih koristiti na svima razumljiv način (...) To su osobe pripremljene na učenje tijekom cijelog života”.<sup>52</sup> Time je informacijska pismenost postala relevantna u knjižničarskom okruženju. Nadalje, isti je dokument naveo kako je potrebno „restrukturirati proces učenja kako bi se studenti aktivno uključili u obrazovni proces kako bi ih se potaknulo da budu svjesni svoje potrebe za informacijom, prepoznaju informaciju koja može riješiti problem, pronađu potrebnu informaciju, vrednuju informaciju, organiziraju je te koriste informaciju učinkovito.”<sup>53</sup>

Cortes i Lau prepoznaju razlike između medijske i informacijske pismenosti prema svrsi. Vrednovanje i kritičko korištenje informacija značajke su obje vrste pismenosti. Autori informacijsku pismenost povezuju s korištenjem izvora u obrazovne i znanstvene svrhe, dok medijska pismenost za njih znači usmjerenost na građansku svijest i ima šire društvene funkcije.<sup>54</sup>

U posljednjih 40 godina svjedoci smo velikih pomaka informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Informacijsko društvo učinilo je pristup informacijama i znanju nevjerojatno laganim. Svakoj osobi omogućeno je da iskoristi vlastiti potencijal i poboljša kvalitetu vlastitog života što dovodi do značajnih promjena kako u društvu tako i u gospodarstvu. Gdje god se nalazili, mnogo smo bolje povezani zahvaljujući društvenim medijima i mobilnoj tehnologiji, iako još uvijek neke marginalizirane skupine ostaju uskraćene mogućnosti pristupa informacijama zbog digitalne podjele. Brzi razvoj digitalnih tehnologija i njihove primjene imao

---

<sup>51</sup> Zurkowski, Paul G. (1974) *The Information Service Environment Relationships and Priorities*, Washington, DC: National Commission on Libraries and Information Science.

<sup>52</sup> American Library Association Presidential Committee on Information Literacy (1989) Final Report.

<sup>53</sup> Špiranec, Sonja. (2003), *Informacijska pismenost - ključ za cjeloživotno učenje*. Edupoint 3, (2003), URL: <[http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1.html#para\\_3](http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1.html#para_3)>

<sup>54</sup> Cortes, Jesus, Lau, Jesus (2009) „Information Skills: Conceptual Convergence between Information and Communication Sciences“, 25 -39. u *Mapping media education policies in the world: visions, programmes, challenges*. NY: The United Nations Alliance of Civilizations.

je neviđen utjecaj na globalna društva i svjetske ekonomije. Smatra se da ljudska povijest još nije svjedočila ovakvom razvoju, u kojoj je nova tehnologija tako duboko zašla u sve pore svakodnevnog života ljudi diljem svijeta.<sup>55</sup>

Istovremeno, informacijsko društvo donosi brojne rizike i opasnosti. Kada nam je dostupno toliko mnogo informacija, pronalaženje, primanje i obrada potrebne informacije postaje sve teže. Moderne informacijske tehnologije mogu dovesti do manipuliranja ljudske svijesti i ponašanja. Stoga je potrebno pripremiti pojedince na nove uvjete života i naučiti ih kako učinkovito koristiti mogućnosti koje proizlaze iz tog okruženja kako bi se zaštitili od svih negativnih utjecaja.

Informacijsko-komunikacijske tehnologije i informacijska pismenost međusobno su povezani, kao i pismenost općenito. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj, OECD je kroz svoj projekt pod nazivom *International Adult Literacy Survey* utvrdio kako ljudi koji imaju razvijene vještine informatičke pismenosti vjerojatno imaju i višu razinu opće pismenosti.<sup>56</sup> Uočena je i razlika među zemljama s visokim i niskim stupnjem pristupa informacijsko-komunikacijskim tehnologijama. Također je utvrđeno da 15-godišnjaci s pristupom kućnim računalima imaju razvijenije čitalačke sposobnosti od svojih vršnjaka koji ne posjeduju kućno računalo. Važno je napomenuti kako je uočeno da navedena veza postoji, ali nije utvrđen i uzrok. Omogućujući veći pristup informacijsko-komunikacijskim tehnologijama otvara se mogućnost pristupa mnogim pogodnostima modernog društva, uključujući obrazovanje, što je jedan od mogućih uzroka viših razina pismenosti.<sup>57</sup>

Iako djeca i mladi u velikoj mjeri savladavaju ključne vještine i kompetencije samostalno i kroz popularnu kulturu, nužne su i pedagoške smjernice. Empirijska su istraživanja potvrdila da se vještine i kompetencije vezane uz uporabu informacijsko-komunikacijske tehnologije uglavnom postižu preko neformalnih kanala (pomoć od strane kolega, prijatelja i rođaka) te samostalnim proučavanjem preko učenja kroz bavljenje računalnim medijima, tj. preko učenja činjenjem (*learning-by-doing*). Jasmina Vrkić Dimić navodi kako je potreban sustavan pristup kojim bi se prevladala tri središnja problema. Prvi je participacijski rascjep– nejednak pristup prilikama, iskustvima, vještinama i znanju, koji će pripremiti mlade za potpunu uključenost u svijetu

---

<sup>55</sup>Series of research papers, str. 5.

<sup>56</sup>OECD (2005): *Learning a Living*, URL: <<http://www.oecd.org/edu/innovation-education/34867438.pdf>>, posjet 20. svibnja 2017.

<sup>57</sup> Vrkić Dimić, Jasmina (2014), „Suvremeni oblici pismenosti“, *Školski vjesnik*, god.63-br.3, Zagreb, str.385.

sutrašnjice; drugo je pitanje transparentnosti - izazovi s kojima se mladi ljudi suočavaju u učenju kako bi jasno vidjeli načine na koje mediji oblikuju percipiranje svijeta; te etički izazov.<sup>58</sup>

Nakon nastojanja u proteklim desetljećima kada se pokušalo definirati različite vrste pismenosti, došlo je do ideje o objedinjavanju dvaju koncepata. Budući da je svijet preplavljen različitim vrstama medija, a time i informacija, često se primjenjuje UNESCO-ov pristup koji ova dva koncepta ne tretira odvojeno. Tada govorimo o medijsko-informacijskoj pismenosti (MIL) (engl. *Media and information literacy*).<sup>59</sup> Kako bi potaknuo interes za medijsko-informacijsku pismenost, omogućio njeno mjerenje, a time i integraciju u obrazovanje, UNESCO je sredinom 2011. godine objavio dokument kojim predlaže varijable i indikatore medijsko-informacijske pismenosti. Medijsko-informacijska pismenost odgovara sve većem broju korisnički generiranih sadržaja, korištenju virtualnih prostora i građanskom novinarstvu. Medijsko-informacijska pismenost promiče pravo pojedinca na primanje i otkrivanje informacije i osobito potiče evaluaciju medija i informacija.<sup>60</sup>

Suvremena tehnologija znači stalno nove mogućnosti u medijskoj industriji i stalno nove zahtjeve za izobrazbom medijskih korisnika. Ne samo računala, nego i ostali mediji – televizija, radio, filmovi, internet, igrice, digitalni fotoaparati i kamere, satelitski programi itd. – zahtijevaju određeno znanje o tehnologiji i načinu korištenja, što znači stalno medijsko opismenjavanje. Interaktivna televizija i *online* radio, jeftinije, brže i raznovrsnije varijante prethodnika- radija i televizije – donose nove izazove i prilagođavaju se novim potrebama korisnika, ali traže i nova znanja.<sup>61</sup> Čitava industrija mobilne telefonije svakim danom povećava broj usluga i postaje sve sofisticiraniji oblik ljudske komunikacije. Osim tehnološkog medijskog opismenjavanja, suvremeni koncept medijske pismenosti uključuje najnovije medije, informatizaciju i kompjutorizaciju. Medijska pismenost podrazumijeva učenje o svim medijima, njihovoj povijesti, produkcijskim i ekonomskim načelima funkcioniranja, tko posjeduje, a tko kontrolira

---

<sup>58</sup> Isto, str.388.

<sup>59</sup> UNESCO (2008) *Media and information literacy curriculum for teachers*. URL:<<http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/wmn/curriculum%20teachers.pdf>>, posjet 15.svibnja 2017.

<sup>60</sup> Lasić-LazićJadranka, Špiranec, Sonja i Banek Zorica, Zorica:*Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima – pronađeni u informacijskom opismenjivanju*, Medijska istraživanja, Zagreb, str. 131.

<sup>61</sup> Zgrabljic Rotar, Nada, isto.



medije, kakva je koncentracija medijskog vlasništva i njezine posljedice - koncentracija društvene moći, osiromašenje i komercijalizacija sadržaja itd. Mediji bi trebali stati u obranu slabijih i nezaštićenih skupina kao što su to djeca, i jednako tako trebali bi promovirati raznolike i kvalitetne programe.

Čovjeku su oduvijek bila potrebna sredstva komunikacije. Medijska pismenost uči razumijevanju specifičnih simboličkih jezika pojedinih medija. Gramatika tih "novih jezika" potpuno nam je nepoznata. Usto, svi oni koji djeluju unutar svojih nacionalnih sustava<sup>62</sup>.

Svaki od njih interpretira stvarnost na sebi svojstven način i drugačije. Naslanjajući se na Svetlanu Bezdanov Gostimir koja piše da ti jezici "kombiniraju glazbu i umjetnost, jezik i geste, retoriku i boju, preferirajući simultanost vizualnih i auditivnih slika. Zbog toga medijska pismenost mora uključiti estetsku dimenziju, učenje o "umjetnosti medija" kao i učenje o "govoru i retorici" budući da je riječ o sastavnom dijelu medijskih sadržaja i poruka te novinarskog i medijskog diskursa, Nada Zgrabljic Rotar zaključuje kako svaki od tih jezika posjeduje i određenu metafiziku.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup>Carpenter, Edmund (1991) "The New Languages", u Rodman, George (ur.) *Mass Media Issues*. Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company, str.218-223.

<sup>63</sup>Nada Zgrabljic Rotar (2005.) "MEDIJI - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji" u Nada Zgrabljic Rotar (Ur.) *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: MediaCentar, str. 11-12.

## 5. Mediji i medijska pismenost

Pojam "medij" širi je od pojma "mediji masovne komunikacije". On se može definirati u nekoliko značenja. Različito se tumači s obzirom na znanstveno područje ili područje društvenog djelovanja. U komunikacijskim znanostima medij je u osnovi tehničko ili fizičko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se može odaslati kanalom.

John Fiske razlikuje prezentacijske medije (glas, lice, tijelo), koji su ograničeni na "ovdje" i "sada" jer je medij sam komunikator; reprezentacijske (knjige, slike, fotografije) koji se koriste kulturnim i estetskim konvencijama za stvaranje komunikacijskih djela i određenog dijaloga; mehaničke (telefon, radio, televizija) koji odašilju prezentacijske ili reprezentacijske medije, a kategorije se izvode na osnovi međusobnih razlika.<sup>64</sup>

Biti<sup>65</sup> pojam dovodi u vezu sa četiri načina:

- u fiziolozijskom smislu kad medij označava komunikacije: auditivni, vizualni, taktilni, olfaktivni te njihov međusobni odnos (intermedijalnost),
- u fizičkom smislu kad medij znači tvar pomoću koje se izražava neka nova poruka: kamen, boja, ton, jezik,
- u tehnolozijskom značenju u kojem medij označava sredstvo posredovanja između znakovne proizvodnje i potrošnje
- u sociolozijskom, u kojem je medij shvaćen kao institucijsko-organizacijski okvir komunikacije, pa se govori o gospodarstvu, politici, znanosti ili odgoju. Na taj način gledano, pojam medija kao da je izjednačen s pojmom diskursa koji je nadređen, što je također moguće.

Medij dolazi od latinske riječi *medius* („srednji”), pa znači sredinu ili skup uvjeta u kojima se nešto događa (u smislu diskursa), osobu koja može biti posrednik između nečega ili nekoga, te sredstvo za masovno komuniciranje. Komunikacijske znanosti i medijska pismenost kao dio te

---

<sup>64</sup>Fiske, John (1987) *Television Culture*, London: Routledge.

<sup>65</sup>Biti, Vladimir (1997) *Pojmovnik suvremene književne teorije*, Zagreb: Matica Hrvatska, str. 213.

discipline, istražuju pojam medija i njegovo značenje u sustavu masovnog komuniciranja. Morris Janowitz je još 1986. masovnu komunikaciju definirao kao pojam koji obuhvaća institucije (masovne medije, tisak, radio, televizija, film) i tehnike kojima se služe stručnjaci kako bi određene simboličke sadržaje plasirali širokoj publici. Njegov donekle optimističan pristup dovodio je u vezu gradove i masovne medije tvrdeći da masovni mediji služe za integraciju i društvenu solidarnost.<sup>66</sup> Takva integrativna interpretacija moći medija posve je oprečna američkoj struji 1970-ih i Georgeu Gerbneru koji je medije dovodio u vezu s porastom nasilja i kriminala.<sup>67</sup> Masovni mediji su društvene institucije koje nepristrano, trenutačno i javno prenose informacije široj javnosti. U demokratskim društvima mediji djeluju kao posrednici između vlasti i javnosti. Trebaju predstavljati nadzor vlasti i informirati javnost o svim relevantnim temama za društvenu zajednicu, kako bi se ispravno formiralo javno mišljenje građana, uzimajući u obzir njihovu formu koja više konstruira nego što zrcali stvarnost. Ti mediji oblikuju i restrukturiraju primarne medije. Primjerice, privatni govor u medijima postaje javni govor i time novi medij. Mediji se razlikuju po tome koliko utjecaja imaju na publiku. Radio je nadjačao novine, a televizija je isto to učinila filmu i radiju. Iako nijedan medij nije „izgubio“ od njegova sljedbenika, publici je svaki zanimljiv na svoj način jer svaki od tih medija drugačije zadovoljava njezine potrebe.

Knjiga je bila prvi medij. Njezina se uloga danas promijenila jer je knjiga sve više, masovno se proizvode, no unatoč tome knjiga je uspjela zadržati određenu ekskluzivnost. Ono što može knjiga, još uvijek ne može ni jedan drugi medij i stoga ne čudi što medijski teoretičari smatraju da je ona još uvijek temelj i preduvjet za medijsko opismenjavanje i razumijevanje medijski konstruirane stvarnosti. Postavlja se pitanje što knjiga još uvijek i unatoč svemu može bolje od drugih medija.<sup>68</sup>

Najkorišteniji i najutjecajniji medij je televizija. Televizija doživljava uspon u poslijeratnom periodu, dakle od 1950-ih godina nadalje, uspostavljanjem specifičnih gospodarskih sustava u zapadnim društvima koji su širokim slojevima društva omogućile uključivanje u procese

---

<sup>66</sup> Janowitz, Morris (1981) *Reader in Public Opinion and Mass Communication*, Detroit: Free Press.

<sup>67</sup> Balnaves, Mark i Hemelryk, Stephanie (2009) *Media Theories and Approaches: A Global Perspective*, London Palgrave, str. 72.

<sup>68</sup> Zgrabljic Rotar, Nada, isto.

obrazovanja i demokracije. Tehnološki razvoj učinio je medije široko dostupnima. Televizija je audiovizualni medij vrlo složene tehnologije i organizacije rada, koji djeluje globalno prelazeći nacionalne granice. Univerzalna je zbog toga što ne koristi samo jezik nego i sliku. Zbog rizika od političkog utjecaja, postoje razne regulative toga medija na međunarodnoj i nacionalnoj razini. Televizija pruža zabavu i zadovoljstvo, kako odraslima tako i djeci. Ona je poput člana obitelji, pa danas mnogo puta možemo vidjeti kako djeca crtaju televiziju odmah uz bok svojih pravih, bioloških roditelja.

Ipak, medijski kritičar i komunikolog Neil Postman još je sredinom osamdesetih prošlog stoljeća u knjizi *Amusing Ourselves to Death*<sup>69</sup> upozorio na tu prevladavajuću ideologiju medija zasnovanu na ugodu i zabavi. Proces je povezao sa sve većim utjecajem televizije nad drugim medijima. Televizija je, prema njegovu mišljenju samo jedan od mogućih oblika društvene kontrole nad pojedincima, onako kako je to u „Vrlom novom svijetu“ već predvidio Aldous Huxley. Ugoda koju televizija promovira kao primarno načelo dovodi do uništenja društva jer umanjuje ozbiljnost javnog diskursa. Nadalje, prikazivanje nasilja na zabavan način degradira moralne ljudske i društvene zakone i ugrožava vrijednost život samog. Zapostavlja se čitanje koje je direktno povezano s racionalnošću i analitičkim pristupom situaciji.<sup>70</sup>

Radio je medij masovne komunikacije, temelji se na tehnološkim izumima telefona i telegrafa i odlikuje ga složen način prijenosa informacija. Nikola Tesla službeno je otkrio radio. On je prvi razvio i objasnio način proizvodnje radio frekvencija, princip usklađenih rezonantnih sklopova u predajnoj i prijamnoj anteni te javno predstavio principe radija i prijenos signala na velike daljine. Za ovaj svoj pronalazak 1897. dobio je patent br. 645576 za uređaj opisan kao *sustav za bežični prijenos podataka*.<sup>71</sup> Odlikuju ga auditivni sadržaji (govor i glazba) te vrlo raznoliki žanrovi. Radio kao medij ima svoja karakteristična kompleksna načela rada koje je suvremena kompjutorska tehnologija pojednostavila. Ipak, u tome se krije i opasnost, jer će to povećati već zamijećen trend osiromašenja i predvidljivosti radijskih sadržaja.

Medijska pismenost proučava povijest i razvoj dnevnih novina. Novine, prvi suvremeni medij masovne komunikacije, ubrajaju se u tiskane medije. Za razliku od plakata, knjige ili stripa,

---

<sup>69</sup> Postman, Neil (1986) *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin Books.

<sup>70</sup> Zgrabljic Rotar, Nada, isto.

<sup>71</sup> Nikola Tesla, URL: < [http://www.pbs.org/tesla/II/II\\_whoradio.html](http://www.pbs.org/tesla/II/II_whoradio.html)>, posjet 20. svibnja 2017.

novine redovito izlaze, obogaćene su informativnim sadržajima, plaćenim oglasima i reklamama... Namijenjene su urbanoj publici i javnoj sferi te funkcioniraju kao potrošna roba. Društvena i ekonomska povijest novina razlikuje se od zemlje do zemlje, no ono što je zajedničko je tiraža. Sve novine funkcioniraju na temelju prodaje tiskovina i reklama. Žutilo i senzacionalizam postaju pokretačka snaga i način povećanja naklade. Medijska pismenost sagledava ekonomska načela djelovanja, pitanja etike i cenzure i uredničke autonomije, grafičko uređenje i žanrove tiskovina.<sup>72</sup>

Internet je globalna mreža, vrhunske brzine u protoku informacija povezana mrežom kompjutora.<sup>73</sup> Internet je utjecao na promjenu stila života. Pojavom kompjutora, nove su tehnološke podloge i sustavi omogućili rekonceptualizaciju društvene i kulturološke komunikacije. Recepcija medijskih sadržaja je demokratizirana i individualizirana, povećan je broj mogućih formi komuniciranja (e-mail, web stranice), povećana je brzina protoka informacije od izvora do primatelja, ali i brzina zastarijevanja informacije. Istovremeno je posve izgubljeno povjerenje u medij kao pouzdan izvor informiranja. Kompjutor je učinio medijsku globalizaciju, jer je s njime cijeli svijet postao globalno selo. Djeca su njegovi glavni korisnici. Djeca generacije Y ili „milenijalci“ određeni su tom komunikacijskom komponentom i njihov je čitav život drugačiji od života prijašnjih generacija zahvaljujući internetu.<sup>74</sup> Nekada je posjedovanje kompjutora i omogućavanje djetetu korištenje interneta bilo povezivano s dobrostojećim, modernim i uglednim obiteljima. Danas je to roba široke potrošnje, pristup internetu imaju gotovo svi, no to ne znači i da su oni medijski pismeni.

Moderna tehnologija postala je nezaobilazan dio u životima svih dobnih skupina, a pitanje medijske pismenosti uglavnom je prepušteno školi. Činjenica je da se djeca ne boje tehnologije što ih razlikuje od njihovih roditelja, no potrebno im je mnogo znanja i odgoja za korištenje istih tih medija. Sve više djece otvaraju *Facebook* i *Instagram* profile te *Youtube* kanale. Ondje prikupljaju razne informacije, povezuju se s vršnjacima sličnih interesa i time razvijaju socijalne vještine. Prednosti razvoja novih tehnologija je mnogo, no za roditelje predstavlja i veliku

---

<sup>72</sup>Zgrabljić Rotar, Nada, isto.

<sup>73</sup>Isto..

<sup>74</sup>Williams, Peter i Rowlands, Ian (2007) *Information Behaviour of the Researcher of the Future; Work Package II: The Literature on Young People and Their Information Behaviour*. London: CIBER, UCL.

bojazan jer je teško procijeniti koliko je i što je prihvatljivo ponašanje djece i mladih na internetu. Roditelji imaju značajnu ulogu u medijskom opismenjavanju djece, a bitan preduvjet medijske pismenosti djece je medijsko opismenjavanje roditelja samih.

Istraživanje antropologa Joška Sindika iz 2011.<sup>75</sup> pokazalo je, među ostalim, kako u principu starija djeca, te djeca starijih i zaposlenih roditelja, s većim brojem djece u obitelji, provode više vremena uz medije i koriste ih na različite načine. Pronađena je i značajna povezanost između razine obrazovanja roditelja i trajanja i načina djetetova korištenja računala. Pokazalo se da se djeca roditelja više i visoke stručne spreme u usporedbi s roditeljima srednje stručne spreme ne razlikuju u odnosu na trajanje i načine korištenja računala, televizije i radija. Također, utvrđeno je da u obiteljima s većim brojem djece, djeca dugotrajnije i na različite načine konzumiraju različite vrste medija (televiziju, radio, računalo) u odnosu na djecu iz obitelji s manjim brojem djece.

Osvrnemo li se na rasprave o utjecaju medija na ljude, primijetit ćemo da su prisutne koliko postoje i mediji sami. Osnovni im je cilj razumjeti i protumačiti ljudsku komunikaciju. Medijski sadržaji mogu imati pozitivne utjecaje, mogu biti korišteni u nastavi i u obrazovne svrhe. S druge strane, svakodnevno svjedočimo tvrdnjama kako je televizija štetna za djecu i za društvo u cjelini, te stvara jedinke nesposobne za apstraktno mišljenje i razumijevanje pojmova jer su slike postale važnije od riječi.<sup>76</sup>

Frankfurtska škola<sup>77</sup> smatrala je da mediji zaglupljuju mase, a postmodernist Baudrillard<sup>78</sup> u svojem sociološkom tumačenju pesimistično kritizira proizvodnju, potrošnju i razmjenu dobara, odnosno analizira složen sustav socioekonomskih i kulturnih promjena u razvijenim društvima. Prema njegovom mišljenju masovni mediji uzrok su nekomunikacije i uopće onemogućuju razmjenu komunikacije. Prema njegovom mišljenju, suvremeni čovjek pod utjecajem masovnih medija postaje lišen vlastitog prostora stvarnosti jer su ga mediji smjestili u ono što on naziva „simulakrum“ ili hiperrealnost. U tom prostoru čovjek ne može odgovoriti na medijske sadržaje,

---

<sup>75</sup> Sindik, Joško (2012), „Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?“ u *Medijska istraživanja*, Zagreb, str. 3.

<sup>76</sup> Zgrabljic Rotar, Nada, isto, str.8.

<sup>77</sup> Isto.

<sup>78</sup> Baudrillard, Jean (1989) *From Marxism to Postmodernism and Beyond*, Redwood City: Stanford University Press.

medijske slike i događaje. Kopije originala koji uopće ne postoje postale su stvarnost, a veze između stvarnosti i iluzije su nestale. Sve je „hiperrealno“ bez jasnog stajališta o tome kako jest, a kako bi trebalo biti, pa je čovjek sam u svojem svijetu višak. Nesposoban je suosjećati, patiti zbog slika koje mu pokazuju mediji u vijestima, odgovoriti i misaono djelovati. Mediji su proizveli simultanost, simultanost je otac spektakla, a spektakl kraj suosjećajnosti i misaonosti.<sup>79</sup>

Noam Chomsky,<sup>80</sup> jedan od najutjecajnijih filozofa današnjice, smatra da mediji u suvremenom društvu imaju presudnu ulogu u sustavu kontrole masa, te da njima upravljaju privatni kapital i privatni interesi. Također smatra da škole ne čine ništa kako bi obranile ljude od toga, već su i same dio tog aparata za indoktrinaciju i dezinformiranje. Ne utječe dakle samo ono što se prima putem medija, nego i pasivnost okoline u kojoj djeca odrastaju i jednako pasivne škole. Na osobnoj razini postali smo emotivno i intelektualno pasivni, nesprenni za suživot s medijima. Nadalje, medijski utjecaji nisu uvijek jasno vidljivi ovdje i sada jer ne djeluju odmah već mogu imati odgođeno djelovanje stoga je teško istražiti i dokazati njihovo podrijetlo. I na kraju, nasilje, razmišljanja i stavovi koje dijete susreće u najbližem okruženju, mogu biti dio ili usputni pritisak uz ono što vide u medijima, te potencirati utjecaje medija.<sup>81</sup>

Prema Potteru utjecaji medija mogu biti kratkoročni ili dugoročni.<sup>82</sup> Kratkoročni su oni čiji se utjecaj pojavi odmah po konzumiranja medija, dok su dugoročni oni koji dugo vremena nakon izlaganja medijima imaju neke svoje posljedice. On ističe da se iz medija uči, pa tako mediji imaju posljedice na znanje. Drugo, mediji oblikuju naše stajalište o nekom pitanju, odnosno stvaraju naše mišljenje i jačaju ga. Treće, mediji djeluju na emocije pa tijekom gledanja filmova osjećamo strah, bol, tugu, radost, veselje. Četvrto, mediji izazivaju fiziološke reakcije kao što su jače lupanje srca, viši krvni tlak, povišen adrenalin, poglavito kod sadržaja koji nas plaše ili seksualno uzbuđuju. Peto, mediji utječu na ponašanje gledatelja. Medijska pismenost se bavi pitanjima utjecaja medijskih sadržaja kao važnim načinom razumijevanja posljedica izloženosti

---

<sup>79</sup>Baudrillard's Thoughts On Media, URL:

[http://www.philosophicalsociety.com/Archives/Baudrillard's%20Thoughts%20On%20Media.htm#\"The Media Are What Always Prevents A Response\"](http://www.philosophicalsociety.com/Archives/Baudrillard's%20Thoughts%20On%20Media.htm#\).

<sup>80</sup> Chomsky, Noam (2001) *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb: Što čitaš?

<sup>81</sup>Zgrabljic Rotar, Nada, isto.

<sup>82</sup>Potter, James W. (2001) *Media Literacy*. Second Edition. London: SAGE Publication.

medijima.<sup>83</sup> Mediji mogu stvarati, jačati ili umanjivati naše stavove, mogu djelovati na naše emocije, mogu nas natjerati na neku akciju, mogu nas uzbuditi ili smiriti. Mediji ne moraju djelovati uvijek negativno. Često su izvor zadovoljstva ili mogu poslužiti kao izvori vrlo korisnih znanja, bilo da je riječ o snalaženju u društvu ili međuljudskim odnosima. Ipak, zbog negativnog djelovanja, važno je osvijestiti te procese i mehanizme djelovanja medija i njihove uloge u stvaranju našeg mišljenja.

Usprkos raznolikim interpretacijama znanstvenika kada je riječ o medijskim utjecajima, možemo se poslužiti i premisom Jamesa Hallorana<sup>84</sup> koji je sedamdesetih godina prošlog stoljeća vidio izlaz u tome da se prestane razmišljati o tome što mediji čine ljudima i zamijeniti je idejom o tome što ljudi čine s medijima. Nada Zgrabljic Rotar također drži da medije trebamo prestati smatrati svemoćnima te ih se treba početi promatrati kao konstruktore društvene stvarnosti.

## 6. Kritička medijska pismenost

Informacije možemo dobiti na različitim mjestima i u različitim oblicima i kao takve su dostupne u nefiltriranom obliku. Realno je sumnjati u njihovu vjerodostojnost i pouzdanost.

Sam pojam kritičke medijske pismenosti moguće je definirati kao mogućnost selektivnog odabira među oblicima pop kulture.<sup>85</sup> Kulturalni studiji smatraju da kritička medijska pismenost obuhvaća način na koji su društvo i politika strukturirani te kako oni djeluju sebi u prilog ili ne. Postmodernistička struja je definira kao način na koji osobe interpretiraju popularne tekstove, ovisno o njihovim interesima ili društvenim i povijesnim uvjetima. Krajnja, feministička struja smatra kako je bit kritičke medijske pismenosti proizvesti određene veze u vidu spolova i moći kojima će se osobe služiti ne bi li se oduprijeli onome čemu su ih učili u školi.

---

<sup>83</sup>Zgrabljic Rotar, Nada, isto.

<sup>84</sup>Halloran, James (1970) „The Effects of Television“, Panther.

<sup>85</sup>Kellner, Douglas i Share, Jeff “Critical Media Literacy, Democracy, and the Reconstruction of Education”“ u Macedo, Donaldo (ur.) *Media literacy: A reader*, New York: Peter Lang Publishing.



Kritička medijska pismenost prije svega bavi se značenjem koje publika pridaje mnogim pisanim i nepisanim tekstovima. Značenja su uvjetovana različitim faktorima, kao na primjer dobi, rasom, vjerom, društvenim statusom. Bilo da je riječ o video igrici, CD-u, pjesmi ili časopisu, svatko će od korisnika drugačije zaprimiti poruku, bez obzira na činjenicu što možda ti korisnici dijele isto kulturalno zaleđe. Zbog toga ne možemo niti predvidjeti kakva će značenja publika proizvesti, niti možemo reći da je popularna kultura dio pasivnog medijskog procesa. Potencijalni konflikt leži u činjenici što jedan izvor može izazvati potpuno oprečne interpretacije. Carmen Luke je pred dvadeset godina zagovarala podučavanje kritičkog analiziranja studentima.<sup>86</sup> Na taj bi način mogli sami odlučiti slažu li se ili opiru medijskim porukama čime se fokus promijenio s dekonstrukcije pisanih i nepisanih poruka k problematiziranju. Koncept kulture, usko vezan uz kritičko promatranje medijske pismenosti, kod nekih je istraživača nazvana popularnom kulturom, dok Kellner nudi pojam medijska kultura. Naša kultura, prema njegovim je riječima, medijska kultura što znači da su mediji kolonizirali našu kulturu i k tome su osnovni činitelji diseminacije i distribucije unutar kulture, kao što su nekada to bili knjiga i govorena riječ. Na studiji slučaja iz 1984. Janice Radway<sup>87</sup> bavila se identificiranjem publike s izmišljenim ženskim likovima u romanima. U studiji pod nazivom „Reading the Romance“ autorica je uočila da kod 42 čitateljice (koje su većinom bile udane) popularni romantični romani indirektno uzrokuju osjećaje njegovanja i pružanja pažnje. Radway je kroz obavljene intervju, upitnike i odgovore doznala kako žene čitaju takvu vrstu romana ne bi li uzele predah od svakodnevnih kućanskih poslova. Još i danas je to jednako prodavana i popularna knjiga jer služi i kao antropološka, sociološka, povijesna i knjižničarska studija. Willinsky i Hunniford studija<sup>88</sup> nastavlja se na rad Janice Radway te je dokazala kako se mlade djevojke ponašaju jednako kao i odrasle žene. Mlade su djevojke, otkriveno je u toj studiji, podložne mišljenju da će njihove ljubavne veze biti nalik onima o kojima su čitale i o kojima maštaju te je zapravo otkriveno da su one pod većim utjecajem knjiga negoli odrasli. Slično je otkrio i Finders kad je 1996. u svojoj studiji zaključio da najpopularnije tinejdžerice u školi čitaju *teen* časopise poput *Sassy*, *Seventeen* i *YM*-a kako bi

---

<sup>86</sup> Luke, Carmen (1997) *Media literacy and cultural studies* u Muspratt, Luke, Freebody (ur.) *Constructing critical literacies: Teaching and learning textual practice* (str. 19–49), Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc.

<sup>87</sup> Radway, Janice (1983) “Women Read the Romance: The Interaction of Text and Context”, Maryland: FJN.

<sup>88</sup> Willinsky, John i Hunniford, Mark (1986) *Reading the romance younger: The mirrors and fears of a preparatory literature. Texts of desire*, str.87-103.

se izdvojile iz grupe svojih vršnjaka, koje su usput rečeno, smatrale inferiornijima. *Teen* časopis bio im je vodilja kada je riječ o mladenačkim iskustvima, no također im je priskrbio i poseban društveni status. Nimalo kritičkog pristupa za te je čitateljice značilo da bez rezerve preuzimaju mišljenja iznesena u tim člancima bez propitivanja načina na koji je tekst napisan. Koji je cilj provjere činjenica? Ispravljanje pogrešnih i pružanje točnih informacija, poticanje razine promišljanja čime razvijamo kritičko mišljenje i smanjujemo vjerovanje u dogme, te formiranje stavova i vrijednosti neki su od mogućih odgovora. Tekstove i stavove iznesene ondje treba kritički propitivati kako bismo sami stvorili i oblikovali vlastite stavove.

Nastavnici kojima je želja poboljšati kritičku medijsku pismenost kod učenika trebali bi iskoristi snagu popularnih tekstova za ostvarivanje svojih ciljeva. Žanrovi koji su privlačni mladima trebali bi naći svoje mjesto u učionicama. Na taj način učenici bi mogli jačati svoje vještine medijske pismenosti. Danas se dolaskom novih tehnologija mijenja pismenost mladih, a time i njihova medijska pismenost. Ponuđeno im se više kreativnih i učinkovitih metoda, od knjiga na CD-u, audio knjiga, kompjuterskih bilježnica do kupovine putem interneta. Stoga je veoma važno razvijati kritički stav prema novim vrstama medijske pismenosti. Ukoliko propustimo to učiniti, uskraćujemo mladima puninu življenja u naprednom 21. stoljeću, bez obzira na to žive li oni ovdje i sada pismeni ili ne.<sup>89</sup>

Kritička medijska pismenost može promicati multikulturalnu pismenost koje uključuje heterogenost kultura i supkultura trenutnog multikulturalnog svijeta. Ono ne uči samo studente da uče iz medija opirući se njihovoj manipulaciji već i da koriste medijske materijalne na konstruktivan način. Jednako tako, skrbi o razvoju vještina koje svaki odgovoran građanin treba imati, dok na individualnoj razini od osoba stvara motiviranije i stručnije pojedince. Podučavanje kritičkoj medijskoj pismenosti treba biti zajednički projekt koji će dovesti do višeg razvoja demokracije, debata i uključenosti. Budući da su najčešće učenici ti koji su vještiji tehnologiji, treba poticati zajedničko gledanje filmova ili televizijskih emisija pri čemu će učitelji i roditelji biti u poziciji poticati komentiranje, nove ideje, interpretacije i viđenja.

---

<sup>89</sup> Alvermann, Donna i Hagood, Margaret (2000) Critical Media Literacy: Research, Theory, and Practice in "New Times", dostupno na: URL:<<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/00220670009598707>>, posjet 20. svibnja 2017.

Razvoju kritičke medijske pismenosti mogu pridonijeti i sljedeća pitanja:

1. Tko nam prenosi poruku?
2. Zbog čega je zauzet određeni stav?
3. Kakav jezik (točnije tekst, video, grafiku, audio) se koristi u poruci?
4. Koja je ciljana publika?
5. Koji je medij korišten i kakav jezik je upotrijebljen za prenošenje nekih od najuobičajenijih stereotipa?
6. Kose li se te poruke s trenutnim istraživanjima?
7. Koje komunikacijske strategije možemo upotrijebiti kako bismo odbacili krive predodžbe?

Najveći nedostatak podučavanju kritičke medijske pismenosti je činjenica da iza nje ne stoji pedagogija, metodika ili bilo kakvo standardno učenje na koje se možemo osloniti. U tom su procesu nastavnici i učenici zajedno dok otkrivaju neke od mitova skrivenih iza medijskih poruka. Također, valja imati na umu da iako u slučajevima kritičke medijske pismenosti možemo doprinijeti edukacijskom procesu, isto tako možemo zastraniti ako upotrijebimo dijalekt medija kojim se promiče seksizam, rasizam, homofobija i upitni stavovi. Carmen Luke je 2000. godine zaključila da ukoliko se nastavnici ne posvete načinu kako podučavati kritičku medijsku pismenost, uskoro će korporativni stručnjaci odlučivati o tome što učimo, koliko učimo i što za nas znači pismenost. Dakle, ovakva je pismenost ključna za sudjelovanje na lokalnoj i globalnoj ekonomiji, politici i kulturi. Ona osnažuje ljude i dozvoljava im stvaranje vlastitih značenja identiteta te oblikovanje materijala u skladu s vlastitom kulturom i društvom.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup>Kellner, Douglas (2005) Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy, *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, Vol. 26-br.3, str. 369-386.

URL:<<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/01596300500200169>>, posjet 20. svibnja 2017.

## 7. Medijska pismenost i djeca

Kao što je ranije bilo navedeno, mediji imaju niz pozitivnih strana. Internet, kao najnoviji izvor uvelike je olakšao komunikaciju i dostupnost informacija. Međutim, mediji imaju i svoje negativne strane. Tu pogotovo mislimo na internet, kojeg je najteže kontrolirati. Razvojem znanja i vještina svatko od nas može se zaštititi i umanjiti negativne strane. Djecu je osobito važno medijski obrazovati i zakonski zaštititi od štetnih medijskih utjecaja. Pod time mislimo na izloženost nasilju u medijima, problem nesigurnosti putem interneta, prikaz stereotipa i nerealnih standarda ljepote, seksualizaciju djece u medijima kao i prikriveno oglašavanje i poticanje djece na konzumerizam. Glavni cilj vlasnika medija jest stvaranje profita, a najveću zaradu medijima donose oglašivači. Oglašivačkoj industriji djeca su zanimljiva iz nekoliko razloga. Današnje reklame usmjerene na djecu stvaraju generacije budućih vjernih kupaca, a ujedno tjeraju njihove roditelje da im ponekad i bezrezervno kupuju stvari. Također, medijsko okruženje za djecu i mlade promijenilo se dramatično u posljednjih nekoliko godina. U prošlosti, oglašavanje za djecu i mlade sadržavalo je uglavnom oko 30 sekundi TV-oglasa, a danas djeca mogu uočiti reklamu na mobitelu, igrici, internetu, društvenim mrežama. Oglašavanje je odjednom postalo vrlo interaktivno i prikuplja podatke o djeci i mladima radi boljeg *targetiranja*.<sup>91</sup>

U studiji iz 2006., autori Oblinger i Oblinger otkrili su da sve više mladih koristi više od jednog medija istovremeno.<sup>92</sup> 94% srednjoškolaca koristi internet dok pretražuju izvore za školske zadatke, a 70% koriste *instant messaging* za komunikaciju s prijateljima. Gotovo polovica mladih koristio je tada elektroničku poštu za komunikaciju s nastavnicima ili drugim učenicima s kojima su razmjenjivali zadatke. Rjeđe su koristili telefone ili knjižnicu negoli je to bio slučaj s prethodnim generacijama. Internetska generacija je mnogo više naklonjena vizualnom učenju i izražavanju i koristi radije slike nego mladi pred desetak godina. Vizualni mediji mnogo su im razumljiviji, što navodi na pretpostavku da im je teže razumijevanje teksta, čitanje dužeg djela ili pisani napuci. Postoji i razlika među spolovima – istraživanje je otkrilo kako djevojke nadmašuju

---

<sup>91</sup>Letinić, Antonija i dr. (ur.) (2016) *Čitajmo između redova - Priručnik za razvoj medijske pismenosti*, Zagreb : Gong i Kurziv, str. 68.

<sup>92</sup>Oblinger, Diana i Oblinger, James (2005), „Is It Age or IT: First Steps Toward Understanding the Net Generation” u *Educating the Net Generation*, Boulder: Educause, str.22.

dečke u korištenju web stranica, iako „geekove“ obično zamišljamo kao mladiće. Štoviše, postoji čitava generacija djevojaka u Ujedinjenom Kraljevstvu, koje je jedan članak nazvao *cyber djevojkama*<sup>93</sup>. One svoje vrijeme neprekidno provode uz blogove, SMS poruke, mobitele, a internet im služi kao izvor za izradu zadaće. Predodžba tih djevojaka kao tehnološki naprednih vjerojatno će uskoro zamijeniti stereotip o dečkima koji su neprestano vezani uz računalo.<sup>94</sup>

Sve više činjenica govori u prilog tome kako se pojam pismenosti u 21. stoljeću promijenio. Jednako tako, mijenjaju se i zahtjevi za radnom snagom. Radnici danas trebaju biti kreativni, snalažljivi i inovativni, sposobni učiti u multimedijalnom i multijezičnom kontekstu. Svijet više nije isti. Mnogo toga se promijenilo, ponajprije činjenica da daljina ne znači više geografsku udaljenost kao prije. Svijet je zahvaljujući tehnologiji postao mjesto gdje u nekoliko *klikova* mišem možete doznati sve o situaciji u dijelu svijeta u kojem nikad niste bili, preko računala nazvati telefonsku liniju u stranoj zemlji, održavati kontakte služeći se *instant messaging* servisima ili slati slike, video i audio zapise prijateljima. Međutim, ako je svijet toliko drugačiji, znači li to da ni učenje više nije isto? Još važnije, ako učenje više nije isto, kako je moguće da svake godine na početku nastavne godine tisuće i tisuće nastavnika upozorava svoje učenike da ugase mobitel, ne koriste se njime tijekom nastave, ostave ga u torbi i nipošto ga ne vade tijekom sata? Zbog čega još uvijek koristimo tradicionalne, stare načine ako se publika promijenila i pred nama su generacije mladih koji bi radije koristili mobitel za učenje negoli papir i bilježnicu?

Istraživanje Wei-Ying Lim, David Hung i Horn-Mun Cheah govori upravo o tome koliko se pojam pismenosti u 21. stoljeću promijenio. Autori se u članku mjestimice služe i pojmom pismenosti interaktivnog digitalnog medija<sup>95</sup> kojeg naizmjenice koriste s pojmom medijske pismenosti. Osvrćući se na situaciju u Singapuru, gdje sva trojica znanstvenika i rade, iznose stav singapurskog Ministarstva obrazovanja koje posljedice digitalnog okruženja kroz obrazovne programe približava osnovnim i srednjim školama.<sup>96</sup> Učenici (korisnici digitalnih medija) nisu samo pasivni promatrači, već u dogledno vrijeme postaju i proizvođači medijskih sadržaja o

---

<sup>93</sup>*Cyber girls* pojam je koji označava generaciju djevojaka koje provode mnogo vremena uz tehnološki naprednu tehnologiju.

<sup>94</sup> Tan Wee Hin, Leo (2009)*Handbook of Research on New Media Literacy at the K-12 Level: Issues and Challenges*, Information Science Reference, str.475.

<sup>95</sup>Interactive digital media (IDM) literacies.

<sup>96</sup>Također poznato i pod pojmom „K-12“.

kojim su donedavno učili. Nadalje, uočeno je i kako tehnologija može pripomoći procesu učenja, a može ga i pretvoriti u nešto posve besmisleno. U početku uvođenja IKT-a u singapurskim učionicama nastava je i dalje bila prilično tradicionalna, usmjerena uglavnom prema nastavniku. Nastavu su obogaćivali tekstovi ili grafikoni, no kako je tehnologija bivala sve bolja, u nastavu su polako uvedeni i svrsishodniji i interaktivniji sadržaji poput 3D igrice *SecondLife* i 2D simulacije. Za svaku od takvih promjena, nužno je prilagoditi metodologiju i pedagoške pristupe, kako bi podučavanje i učenje imalo smisla. Tehnologija u tom slučaju omogućuje sve više aktivnosti koje su usmjerene na učenika dok mu u isto vrijeme pružamo mogućnost da uči bilo kad i bilo gdje. Budući da se učenje razlikuje od onog tradicionalnog učenja, učenici trebaju aktivno surađivati jedni s drugima, kritički procijeniti informacije i samostalno uočiti razlike između stvarnog i virtualnog svijeta. U svakom slučaju, svaki oblik inovativne tehnologije mora doći „u paketu“ s pedagogijom kako bi motivirao i angažirao mlade korisnike/učenike, no isto tako i zaštitio od nepoželjnih i krivih obrazaca ponašanja.<sup>97</sup>

Sve do 2004. Internet smo pretraživali putem kompjutera ili malih osobnih računala. Današnji mobiteli stvorili su mogućnost za multimedijску pismenost u obrazovnim institucijama. Zbog bežične tehnologije, tzv. *Google* generacija<sup>98</sup>, mijenja društvene obrasce i način na koji uče. Jedina tehnologija koja nije bežična, a može se također koristiti u nastavi su radijske frekvencije i bluetooth. Dok nam *bluetooth* koristi kada je riječ o izmjeni podataka kod mobitela, radijska frekvencija koristi se na školskim radijskim postajama. Nova generacija mobitela s pametnim funkcijama, osim što omogućuje mobilni internet, MP3, internet pretraživanje, fotografiranje i kameru, omogućuje i video *streaming* uživo. Sve to doprinosi kvaliteti nastave u školi i izvanškolskih aktivnosti.

Mladi ljudi (ispod 25 godina) neprestano su *online*, očekuju brzi odgovor preko *instant messaginga* ili SMS-a, a *e-mailovi* su za njih zastarjeli. Zbog čestog korištenja interneta (oko osam sati dnevno prema istraživanjima) mogu više stvari obavljati istovremeno. Zbog njih nastavnici, pogotovo oni na visokoškolskim učilištima, koriste e-mail, *IM*, *chat*, *wiki* i *webcast* kako bi s njima komunicirali i dodijelili im zadatke. Tehnologija je za tu generaciju ključna s

---

<sup>97</sup>Lim, Wei-Ying, Hung, Davidi Cheah Horn-Mun (2009) „An Interactive and Digital Media Literacy Framework for the 21<sup>st</sup> Century” u *Handbook of Research on Media Literacy in the Digital Age*, Hershey, New York, str. 119-128.

<sup>98</sup>Williams, Peter i Rowlands, Ian (2008) „Information Behaviour Of The Researcher Of The Future”.

ekonomskog, društvenog i obrazovnog aspekta, dok su nove vještine i novu vrstu pismenosti sami naučili.

Tradicionalan način učenja ovakvim modernim učenicima očito nije dostatan. Također, smiješno bi bilo pretpostaviti da samo poznavanje tehnologije znači i da su upoznati s vještinama i strategijama potrebnima za uspješno poznavanje svakodnevno novih vrsta pismenosti. U obrazovnim su sustavima naprednih zemalja moderne tehnologije povezane sa suradničkim učenjem koje podrazumijeva rad u paru i timski rad, sve u cilju upoznavanja različitosti i međusobnog razumijevanja.<sup>99</sup> Time je povećana učinkovitost učenja i učitelji su uključeni u proces učenja jednako koliko i učenici. Danas se na radnom mjestu od vas očekuje da budete otvoreni za suradnju, kritički procjenjujete informacije, da budete društveno aktivni. Radno okruženje obuhvaća ljude različitih profila i interesa. Ako učenici rano nauče surađivati jedni s drugima na projektu ili zadaći, time pospješuju svoje socijalne vještine koje će im ubrzo biti nužne u profesionalnom okruženju. Zajednički rad čini učenika zadovoljnim i produktivnim, a nastavniku smanjuje vrijeme potrebno za objašnjavanje.

Podaci iz 2006. otkrivaju kako je prosječan dvadesetjednogodišnji Amerikanac koji će se upravo zaposliti već proveo 5000 sati pred video igricama, izmijenio 250 000 *emailova*, IM-ova, SMS-ova, a mobitel koristio 10 000 sati<sup>100</sup>. Ti su mladi odrasli okruženi internetom, *i-Podima*, Wikipedijom, mobitelima s kamerom, blogovima, društvenim mrežama, Skypom, podcastovima i popularnim video kanalima. Iskusi su u korištenju tehnologije, a *multitasking* je nešto što čine stalno. Njihovi poslodavci, koji takvu vrstu tehnologije koriste „tek“ za obavljanje posla, odlično znaju svoj posao, programiranje ili izradu, no tehnologija im nije prirođena kao njihovim mlađim kolegama. Za razliku od svojih poslodavaca, pripadnici *Google* generacije ne očekuju da će se zadržati na jednom poslu do kraja života, ne pate od hijerarhijske podjele i ne zahtijevaju povlastice koje im „pripadaju“. Uspoređujući njihovo radno mjesto s video igricama, John Beck and Mitchell Wade<sup>101</sup> tvrde da su igrice bile dobra priprema za budući posao. Pripremle su ih za

---

<sup>99</sup>Lasić-Lazić, Jadranka, Špiranec, Sonja, Banek Zorica, Mihaela (2012.) „Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima-pronađeni u informacijskom opismenjivanju”, Zagreb: Medijska istraživanja, str.122-145.

<sup>100</sup>Financial Times, URL: <<https://www.ft.com/content/77851d12-47f5-11db-a42e-0000779e2340>>, posjet 18. svibnja 2017.

<sup>101</sup> Beck, John C. i Wade, Mitchel (2004.) Got Game: How the Gamer Generation is Reshaping Business Forever

radnu okolinu prepunu analize podataka, najviše se nauči neformalnim putem, a odluke treba donositi u sekundi. James Ware<sup>102</sup> koji je na čelu organizacije ljudskih resursa, tvrdi kako mladi odlaze s trenutnog posla nakon što postanu frustrirani i željni su sljedećeg izazova (*levela*).

Također, tehnološki su iskusni, no to ne znači da su medijski pismeni. Pripadnici *Google* generacije koji su zaposleni i rade u stanju su nevjerojatnom brzinom prikupiti informacije na webu, jednako kako su to činili tijekom svojeg školovanja. Međutim, Sandra Gissin iz ugledne švicarske osiguravajuće tvrtke Swiss Re, uočila je kako oni prečesto daju podatke koji se redovito prvi pojavljuju u *Google* tražilici te je odlučila organizirati radionice s temom analize vjerodostojnosti podataka. Ista stvar dogodila se i Dow Jonesu koji je novinarima ukazao na činjenicu kako ne treba slijepo vjerovati internetu, provjeriti izvore i potvrditi informacije.<sup>103</sup>

Budući da su toliko vezani uz internet, objave, blogove i društvene mreže, kompanije trebaju biti svjesne mogućnosti na koji se njihove privatne i tajne odredbe mogu prekršiti. U Americi su bili zabilježeni slučajevi otkaza nakon što su mladi djelatnici, na društvenim mrežama objavili negativne komentare vezane uz određena pravila tvrtke, urede i odjeću. Očito svaka tvrtka treba osmisliti načela koje mladi mogu razumjeti i poštivati, te istovremeno zaštititi svoje intelektualno vlasništvo i osnovni kodeks ponašanja. Vezano uz to, tvrtke bi trebale znati da je to generacija mladih koja više od ičega voli ocjenjivati, procjenjivati i davati osobne osvrte online, a s njima se pojavio i termin *cyberbullying*. Većina tih komentara o kolegama, šefovima, klijentima i kupcima je zlobna, stoga je nužno upoznati sve radnike s *netiquetteom*<sup>104</sup>, *online* bontonom.<sup>105</sup>

Radnici koji su sposobni brzo naučiti, savladati izazove i prepreke, fleksibilni i kreativni oduvijek su bili traženi i cijenjeni. Danas je samo situacija takva da ti radnici koji mogu predvoditi promjene mogu i poboljšati ekonomiju zemlje. U UNESCO-vom istraživanju o medijskoj pismenosti 2009. Tapscott je predvidio da će *Google* generacija promijeniti radno

---

<sup>102</sup> Isto.

<sup>103</sup> Isto.

<sup>104</sup> Netiquette obuhvaća pravila ponašanja i komunikacije na Internetu.

<sup>105</sup> URL:<<http://www.pewinternet.org/2006/09/28/new-workers-new-workplaces-digital-natives-invade-the-workplace/>>, posjet 18. svibnja 2017.



okruženje, tržište, obrazovanje i vladajuće strukture zbog načina na koji uče i obrađuju informacije.<sup>106</sup> Potencijal te generacije ne bi smio ostati neiskorišten.

Čovjeku su oduvijek bila potrebna sredstva komunikacije stoga ne možemo okarakterizirati medije kao „štetne“ ili „korisne“, iako mogu biti oboje. Kultura u kojoj živimo i svekolika javnost često se bavi opasnom i štetnom stranom medija, premda oni predstavljaju koristan izvor zabave i informacija. Oba načina utječu na socijalizaciju i oblikovanje identiteta djece i odraslih osoba, dok čak možemo govoriti i o oblikovanju nacionalnih identiteta.<sup>107</sup> Roditeljima i nastavnicima treba medijska pismenost kako bi razumjeli djecu i pravilno ih usmjerili. Mediji imaju važnu ulogu u životu djece i u životu obitelji, pa bi roditelji trebali osvijestiti svoje osobne medijske navike, ali i medijske navike svoje obitelji. Na taj način bolje će razumjeti medijske navike svoje djece i kompetentnije s njima razgovarati o medijskim sadržajima. Budući da djeca provedu dnevno oko 3 do 4 sata uz televiziju i druge medije, roditelji bi trebali znati kojim se medijima njihova djeca koriste, što očekuju od tih medija, a što im mediji pružaju. Djeca nemaju oblikovan kritički odnos prema medijskim sadržajima, te su podložnija njihovim štetnim utjecajima. Cecilia Feilitzen<sup>108</sup> drži kako je razgovor s djecom važan budući da je to „proces za uspostavu pune odgovornosti za medijsko okruženje prikladno djetetu uključuje razvijanje partnerstva i suradnje za djecu i s djecom“.

Današnji moderni, elektronički mediji utječu na mnoge aspekte dječjeg razvoja i funkcioniranja. Taj utjecaj može biti poticajan, no može biti i štetan. Utjecaj medija nekada je izravan, djeluje na djecu kao korisnike i primatelje medijskih sadržaja, a ponekad neizravan i tada djeluje na osobe koje su značajne za djecu i na njegovo društveno i kulturno okruženje.

Koliko će snažno neki medijski sadržaj utjecati na djecu i mlade ovisi o njegovom psihofizičkom razvoju, kao i o stupnju toga razvoja, ali i o brojnim drugim čimbenicima koji mogu ublažiti ili pojačati negativno ili pozitivno djelovanje medijskih sadržaja. Učinci medijskih sadržaja ovise o

---

<sup>106</sup>Conceptual Relationship of Information Literacy and Media Literacy in Knowledge Societies, URL: <[http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/wsis/WSIS\\_10\\_Event/WSIS\\_-\\_Series\\_of\\_research\\_papers\\_-\\_Conceptual\\_Relationship\\_between\\_Information\\_Literacy\\_and\\_Media\\_Literacy.pdf](http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/wsis/WSIS_10_Event/WSIS_-_Series_of_research_papers_-_Conceptual_Relationship_between_Information_Literacy_and_Media_Literacy.pdf)>, str. 62.

<sup>107</sup>Zgrabljić Rotar, Nada, isto.

<sup>108</sup>Feilitzen, Cecilia (2001)*Outlooks on Children and Media*, Nordicom, Goteborg

interakciji brojnih dječjih osobina i karakteristika (npr. razvojne dobi i spola, karaktera i osobnosti, do specifičnosti okoline tj. obiteljskog i sociokulturnog konteksta u kojem se koriste medijskim sadržajima) i samih karakteristika medijskih sadržaja (vrsta sadržaja, način prikazivanja sadržaja, količina i učestalost konzumiranja sadržaja i sl.).

Nadalje, medijska pismenost kod djece podrazumijeva ne samo teorijski nego i praktični pristup. Drugim riječima, djeci je važno približiti i omogućiti rad s medijima te kroz školske ili izvannastavne programe pokazati način funkcioniranja novina, televizije, produkcije... U tome veliku ulogu igraju škole, koje mogu osigurati sudjelovanje u izradi školskih novina, potaknuti suradnju s radijskim i televizijskim kućama, te ih sustavno pripremati za mogućnosti, izazove i opasnosti interneta. Države su u svojim medijskim, kulturnim i obrazovnim politikama dužne poštovati Konvenciju UN-a o pravima djece te jednako tako poštovati međunarodne preporuke i deklaracije koje, na temelju istraživanja medija i medijskih utjecaja, predlažu najbolja zakonska rješenja i potiču međunarodnu znanstvenu suradnju te obrazovnu politiku koja će otvoriti put medijskom opismenjavanju na svim obrazovnim razinama.<sup>109</sup>

---

<sup>109</sup>Zgrabljić Rotar, Nada, isto.

## 8. Primjeri programa medijske pismenosti

Brojni su primjeri programa medijske pismenosti koji se provode u osnovnoškolskom obrazovanju. Zanimljiv primjer je portugalski projekt *EU e os Outros*, program prevencije zlouporabe droga među učenicima starima od 11 do 15 godina. Program je osmišljen tako da djeca u grupama zajedno otkrivaju sadržaje kroz osam glavnih tema (odrastanje, prijatelji, obitelj, ljubav, strast, škola, druženje, budućnosti). U svakoj temi nalaze i po jednog junaka, njima bliskog po godinama, izgledu, osobnosti i slično. Projekt uključuje interaktivnu multimedijalnu edukativnu igricu koja je osmišljena za učenike s ciljem poticanjem njihove kreativnosti. Ova igra poučava mlade medijskoj pismenosti i uključuje različite ciljeve i sveobuhvatne vještine: poduzetništvo, umjetničko samoizražavanja, obrazovanje potrošača, građanski odgoj, zdravstveni odgoj i osobne i društvene vještine. Ciljana skupina projekta bili su mladi koji su dosad već počinili neki manji prekršaj i čija je obiteljska situacija obilježena nezaposlenošću, imigracijom ili manualnim radom. Najvažnije je naglasiti da se kroz teme koje preokupiraju mlade, poput odrastanja, adolescencije, prijateljstva, djeca medijski opismenjavaju jer ih se kroz vođeno istraživanje ispituju svaku od navedenih tema. Tehnološki su resursi u ovom slučaju bili most između različite grupa uključenih u projekt, krenuvši od osobne razine, do grupne, školske ili razine zajednice. Istovremeno su promicane društvene vještine, zdravlje i naravno, medijska pismenost.<sup>110</sup>

Drugi je primjer projekt *Traject* kojeg je pokrenula nevladina organizacija također u Europi. Projekt *Traject* započeo je 2003. godine. U projekt su bila uključena djeca između 10 i 13 godina koji žive na sjeveru Belgije i sjevernoj Francuskoj. Ideja projekta bila je podučiti djecu različitim načinima izražavanja sebe služeći se audiovizualnim produkcijskim vještinama i na taj način ih, podučiti zauzimanju kritičkog stava prema audiovizualnoj komunikaciji. Projekt su vodili jedan nastavnik i pomoćnik koji je radio s djecom tijekom trajanja projekta. Projekt je prvenstveno

---

<sup>110</sup>Henriques, Susana i Soleda, Ana Filipa (2011), „The Eu e os Outros Project - a case study“, *Observatorio Journal*, vol.5 – br.4, str. 147-158.

naglašavao auditivni doživljaj i izazove suvremene audiovizualne kulture nudeći alternativni način pričanja priča. Djeca su učila slušati okolinu i naučila kritički slušati, razvijajući pritom koncentraciju i radeći na boljem razumijevanju drugih. Projektom se željelo ispitati kako djeca koriste audiovizualne medije i njihovo poznavanje medija.<sup>111</sup>

Nadalje, projekt *Medijske pismenosti*, kao što mu i samo ime govori, stavio je u središte pozornosti medijsko opismenjavanje putem filmova. Drugim riječima, djeca su imala prilike naučiti više o korištenju interpunkcije i gramatici putem filmova. Također, filmovi su služili za razvoj vještine pisanja. Cjelokupno trajanje projekta bilo je 3 godine i odvijalo se u tri faze. Počevši sa samo devet nastavnika-mentora iz devet škola, u kasnije su faze bili uključeni i profesionalni redatelji i 20 škola te se projekt proširio iz Bradforda u Engleskoj na druge pokrajine (Wales i Calderdale).<sup>112</sup>

Studija slučaja C.K.Cheunga i Wen Hu zanimljiv je primjer istraživanja medijske pismenosti u Aziji. Istraživanje je obuhvatilo dva načina na koje je medijska pismenost uključena u osnovnoj školi u Kini služeći se intervjuima, fokus grupama i analizama. Nakon obrazovne reforme, medijska je kultura pronašla svoje mjesto u učionicama, a učenici su poticani na interakciju s digitalnim društvom. Učenici su dobili priliku komunicirati s nastavnicima i kolegama na konstruktivistički način te ujedno dolaziti do novih saznanja i razvijati osobne vještine. Tijekom procesa, naučili bi o medijskom okruženju i svijetu kojim dominiraju mediji. Vodstvo i nastavno osoblje škole prije početka programa detaljno su razmotrili sve negativne strane medijske kulture, tj. činjenicu da će određene vrijednosti učenici i dalje, unatoč naporima nastavnika, uzimati zdravo za gotovo. Ishodi učenja bili su razmotriti medijske teme i dati vlastiti osvrt i doprinos. Primjerice, TV seriju „Idol“ neki su učenici kategorički odbacili, no za to nisu dali valjan osobni razlog. Jedino što seriji nije išlo u prilog bila je činjenica da njezino gledanje nisu poticali nastavnici ili roditelji, stoga je zaštitna uloga starijih bila više nego očita. Ipak, fokus nastavnog plana bio je rasvijetliti medijske poruke i značenja. U osnovnoj školi iz studije, kurikulum medijske pismenosti nije se ticao pitanja moći i ideologije u praksi, stoga je teško reći jesu li učenici osjetili snagu koju mogu imati kada je riječ o postizanju promjena u društvu.

---

<sup>111</sup>Auwers van der Sigrid, Bauwel van Sofie i Mottart, André (2007), *Vlaams onderzoek naar cultuureducatie*, Cultuurnetwerk Nederland, Utrecht.

<sup>112</sup>Primary Film Literacy, URL:<<http://www.primaryfilmliteracy.com/>>, posjet 20.svibnja 2017.

Jedino što su učenici mogli, bilo je donekle izraziti svoje mišljenje. Kurikul je za cilj imao osvijestiti prisutnost medija u svakodnevnom životu učenika. Povezao je njihovo postojeće znanje i medijsko iskustvo s novom vrstom pismenosti. Vodstvo škole željelo je iskoristiti ono što učenike intrinzično motivira, i doista, kako je vrijeme odmicalo, a njihova medijska pismenost jačala, učenici su bili sve više uključeni. Učenici su se trebali osvrnuti na prisutnost medija u svakodnevnom životu, zatim se uključiti u raspravu. Kod kuće su imali zadatak uključiti i roditelje čime je i obitelj povezana sa školskim radom. Svatko od njih intervjuirao je svoje roditelje, a kada su o tome izvijestili u razredu, moglo se uočiti razvoj popularne kulture unutar dvije generacije kao i generacijske sličnosti. U svemu tome, nije bilo pravih ni krivih odgovora, a otkriveno je i kako vole nastavu medijske pismenosti jer im je bliska, zanimljiva i samim time ne osjećaju se kao da su pod stresom. Umjesto učenja danih im činjenica, učenici su učili jedni od drugih i iz tuđih iskustava. Nastavnici su se nastojali poistovjetiti s medijskim iskustvima učenika dok su učenici nastojali kritički sagledati upliv medijskih sadržaja u njihove živote. Osobno, najzanimljivije je bilo doznati da su sami učenici vršili samoprocjenu jer su bili svjesni svoje aktivne uloge u procesu učenja i podučavanja.<sup>113</sup>

---

<sup>113</sup>Promoting Media Literacy Education in China: a Case Study of a Primary School, URL: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02673843.2013.821078>>, posjet 20.svibnja 2017.

## 9. Mjerenje naučene razine medijske pismenosti

U studiji Renee Hobbs i Richarda Frosta<sup>114</sup> opisana je dihotomija „tradicionalne“, naučene pismenosti i nove vrste pismenosti čiji značaj jača od 1990-ih nadalje. Slično kao i u kineskoj studiji slučaja, potporu novoj vrsti pismenosti u učionici dat će svi oni koji žele da učenici uče u autentičnom okružju i u cilju njihovog interesa je učenik sam. Time se osnažuje učenje kroz praksu koja je učeniku važna, potiču različiti stilovi učenja, multikulturalnost, kreativnost, samopouzdanje, timski rad i vještine potrebne za budućnost. Pisana riječ je sve do pojave popularne kulture, imala neprikosnoveno mjesto u učionicama i jedino je ona značila – znanje. Budući da današnje društvo naglasak stavlja na aktivno sudjelovanje u procesu učenja, važno je koristiti se video i audio izvorima jednako koliko i pisanim izvorima. Autori se bave pitanjem zašto su u školama vizualni i elektronički mediji i dalje zapostavljeni ako su doista toliko važan dio modernog života? Kroz druge radove i studije dolaze do saznanja da razlog leži u tome što neki nastavnici zaziru od korištenja medija jer se boje da će zamijeniti pisane izvore, kako se ne žele posvetiti kreativnim načinima korištenja televizije ili videa budući da su dosada oni bili korišteni u prilikama kada se učenike nagrađivalo ili učitelje zamjenjivalo, dok treći razlog leži u tome da je tijekom godina školovanja jedna vještina zauzimala mjesto prvenstva nad drugima (tako primjerice nastavnici više cijene čitanje negoli slušanje i govorenje). Rješenje za njihove bojazni vezano uz engleski jezik već je pred 15 godina predložio Centar za medijsku pismenost. Njihov je prijedlog učenike uključiti u aktivnosti koje obuhvaćaju analizu medija u kontekstu učenja jezika. Učenici bi time internalizirali analitičke koncepte potrebne za poboljšanje čitanja s razumijevanjem.

Primjerice, analiziranje dijaloga, scene, misli i izjava likova u filmskom isječku može za ishode učenja imati razumijevanje, identificiranje i procjenu razvoja likova, jednako kao što bi to bilo u

---

<sup>114</sup>Frost, Richard i Hobbs, Renee (2003) „Measuring the Acquisition of Media-Literacy Skills”, *Reading Research Quarterly*, vol. 38 - br.3, str. 330-355

lektiri. Medijska pismenost za učenike znači propitivati osobne navike kada je riječ o korištenju medija, identificirati autore, svrhu i stajališta u filmovima, reklamama, radijskim i televizijskim programima, časopisima i oglašavanjima, identificirati razne tehnike koje oblikuju mišljenja publike, ispitati kvalitetu medijskih prikaza svijeta na način da propitujemo izloženo, sakriveno, stereotipno, naglašavano. Jedno je empirijsko istraživanje u školi pokazalo pozitivan utjecaj medijske pismenosti na učeničke stavove, ponašanje, znanje i školska postignuća. Autori su 1999. godine mjerili učenička postignuća u četiri različita razredna konteksta i pokazalo se da oni učenici čiji nastavnici uključuju medijske sadržaje i aktivnosti u kurikulum postižu bolje rezultate od onih čiji nastavnici koriste gotov nastavni plan. Kao i u klasičnom nastavnom programu, zadaci koji predstavljaju izazove za učenike, nude im nove mogućnosti za čitanje, pisanje i produkciju medijskih materijala. U srednjoj školi Concorde u SAD-u nastavu medijske pismenosti uključio se raznovrstan nastavnički tim. Njima je najteže bilo podučavati o temama koje su najbliže učenicima.<sup>115</sup> Te su teme bile sport, popularna glazba, filmovi i videoigre. Isto tako, bojali su se da učenike previše izlažu neprikladnim materijalima od kojih naprosto nije bilo moguće pobjeći. Na kraju prve godine implementacije nastave medijske pismenosti učenici su proizveli vlastite reklamne poruke, fotografirali, osmislili novinske naslove i producirali grafičke oznake. Neki su se koristili publikacijama i softverima kako bi proizveli poruke dok su ostali koristili video opremu koju su već imali kod kuće.

Hobbs i Frost su proveli istraživanje nad tim učenicima i njihovim vršnjacima iz druge škole istog okruga gdje nije podučavana medijska pismenost. Željeli su istražiti utječe li medijska pismenost na razvoj pisanih, kritičkih i razumjevalačkih vještina. Svim tim učenicima dali su odabrane tekstove iz novina, radijskih vijesti i televizijskih vijesti. Njima su željeli istražiti učeničke analitičke vještine. Grupa učenika koja je godinu dana razvijala vještine medijske pismenosti ostvarila je bolje rezultate na testu pismenosti, dok su ih vršnjaci iz druge škole nadjačali u testu radijske poruke. Prva grupa opet je bolje prepoznala, analizirala i sumirala poruku televizijskih vijesti, te je također imala razvijenije spisateljske sposobnosti (veći broj riječi, duži odlomci). Kada su testirali interpretiranje stvarnih poruka u video, audio i pisanim formatima, dokazali su da je velika razlika među dvjema grupama kada je riječ o identificiranju svrhe, ciljane publike, tehnikama privlačenja pozornosti i identificiranju namjerno izostavljenih

---

<sup>115</sup> Isto.

poruka. Učenici prve skupine vještije su analizirali medije u svim oblicima, bilo da je riječ o video, audio ili pisanim izvorima. Prva je skupina pokazala da bolje identificira osnovnu poruku te je pokazala napredak u čitanju s razumijevanjem. Njihovi duži odlomci i smanjen postotak grešaka u pisanju dokaz su napretka u vještini pisanja. Hobbs i Frost ovime su dokazali da medijska pismenost također može poslužiti u svrhu razvoja tradicionalnih akademskih vještina te da stoga nastavnici ne bi smjeli zazirati od uključivanja medijske pismenosti u nastavne programe. Još je značajnije otkriće ove studije činjenica da su učenici koji su godinu dana učili o medijskoj pismenosti mogli detektirati namjerno prikrivenu informaciju, bolje su interpretirali tekstove i mogli su prepoznati koja je ciljana publika za koju informaciju. Postali su vještiji, kritički su analizirali medijske natpise, postavljali pitanja o informacijama koje nisu napisane u tekstu, bili su u stanju otkriti medijsko podilaženje publici. Sama studija imala je i određene nedostatke koji su se ticali kontrolne skupine (nemogućnost određivanja njihovog prethodnog znanja), širine tema medijskih tekstova, različite razine formalnog obrazovanja i osobnih vještina nastavnika eksperimentalne skupine. Budući je riječ o prvom većem empirijskom istraživanju Hobbs i Frost došli su do relevantnih saznanja o važnosti uključivanja medijske pismenosti. Ukoliko je medijska pismenost uključena u nastavni program engleskog jezika moguće je povećati razinu opće pismenosti.<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> Isto, str. 335.



## 10. Prijepori o medijskoj pismenosti

Medijski prikaz stvarnih događaja uvijek krije neke zamke. S obzirom na dosad iznesene činjenice o medijskoj pismenosti, pogledajmo na što trebamo obraćati pozornost dok čitamo novine i portale, gledamo televiziju ili slušamo radio:

1. sve su medijske poruke konstruirane
2. medijske poruke osmišljene su unutar povijenog, društvenog, ekonomskog, estetskog i političkog konteksta
3. interpretacija poruke uključuje čitatelja, jednako koliko i tekst i kulturu
4. mediji koriste njima jedinstvene jezike koji su sustav simbola, forma i žanrova
5. mediji stvaraju našu sliku o stvarnome svijetu.

Kroz svakodnevnu komunikaciju s prijateljima ili članovima obitelji možemo primijetiti komunikacijske izazove. Prva rasprava vodi se oko pitanja treba li medijska pismenost služiti kako bi mlade zaštitila od negativnog medijskog utjecaja. Podučavanje medijske pismenosti nosi sa sobom mnogo ishoda, uključujući poboljšanje komunikacijskih vještina, aktivno građanstvo, političke i demokratske vještine, prepoznavanje rasnih i spolnih nepravdi, stjecanje znanja korisnih na radnom mjestu itd.

Kada je riječ o mladima, gotovo je nemoguće spriječiti njihov pristup medijima. Većina znanstvenika koji zagovaraju podučavanje medijske pismenosti nikada nije radila u školama, a medijska pismenost u školama je uglavnom zaokupljena problematičnim temama kao što su nasilje, materijalizam, problematično ponašanje, rasni, klasni i spolni stereotipi. Buckingham je 1993. kazao kako naše viđenje jedino problematične sfere medijske prisutnosti zanemaruje činjenicu da se mladi ljudi emotivno povezuju s onim što čuju u medijima. Valjalo bi stoga više poticati kritičko mišljenje i analitičke vještine.

Sljedeće je pitanje treba li podučavanje medijske pismenosti biti koncentrirano samo na medijsku produkciju. Više od 25 godina školski sustav u Velikoj Britaniji potiče stvaranje medijskih tekstova putem kojih se ocjenjuju učeničke vještine. Na taj način učenici kreativno stvaraju, uče se odgovornosti, timskom radu i planiranju. Međutim, velika je mogućnost da će učenici jednostavno ponoviti sve ono što su stručnjaci prije njih rekli ili učinili, bez analitičkog i kritičko

sagledavanja situacije. Također, produkcija videa i multimedije zahtijeva mnogo više opreme, individualnih uputa od strane nastavnika kao i obuke stručnjaka kako bi bila pravilno provedena. U mnogim se slučajevima produkcijom video materijala bave samo loši učenici kojima je to posljednja šansa prije isključivanja iz škole, dok napredniji učenici i dalje ostaju posvećeni tradicionalnoj vrsti učenja.

Postavlja se pitanje treba li se medijsku pismenost baviti samo popularnim tekstovima? Je li legitimno usporediti epizodu Simpsonovih s Markom Twainom? Nastavci Simpsona su doista bili korišteni u nastavi kako bi se kod učenika pojačao interes za književnim djelima. Osnovna misao medijske pismenosti je shvatiti kako je informacija društveno uvjetovana, a to je moguće podučiti i na primjeru Simpsona koliko i na primjercima klasične literature.

Treba li medijska pismenost podržavati političke ili ideološke svjetonazore? Dok jedni tvrde kako medijska pismenost služi u svrhu promjene krute institucionalne prakse, drugi tvrde da se medijskom pismenosti mogu mijenjati zastarjeli stavovi po pitanjima spola, rase, nacionalnosti, homofobije.

Treba li medijska pismenost biti koncentrirana na osnovnoškolce i srednjoškolce ili su roditelji ti koji će se medijski opismeniti? Dok Messaris<sup>117</sup>, Silverblatt<sup>118</sup> i Bianculi<sup>119</sup> zagovaraju podučavanje medijskoj pismenosti u školama, autori poput Axelroda tvrde da bi roditelji trebali biti za medijsku pismenost.<sup>120</sup> Najbolje prakse pokazuju kako je podučavanje medijske pismenosti najbolje kada uključuje obje strane, a za pravilnu provedbu valja uložiti godinu do dvije za obuku nastavnog osoblja. Neke škole nisu spremne za uvođenje filmova umjesto lektire ili proučavanje časopisa ili web stranice umjesto čitanja klasika. Najbolji način za uvođenje medijske pismenosti zato su izvannastavne aktivnosti, ljetni programi i kampovi, programi knjižnica, projekti u zajednici i informiranje kod kuće.

---

<sup>117</sup>Messaris, Paul (1996). Visual 'literacy': Image, mind, reality. Boulder, CO: Westview Press.

<sup>118</sup>Silverblatt, Art. (1995). Media literacy: Keys to interpreting media messages. Westport, CT: Praeger.

<sup>119</sup>Bianculi, David. (1992). Teleliteracy: Taking television seriously. New York: Continuum.

<sup>120</sup>Axelrod, Lauren. (1997). TV-Proof Your Kids. Secaucus, NJ: Citadel Press.

Bi li medijska pismenost trebala biti zaseban nastavni predmet ili ga treba uključiti u postojeći sustav?

Kao izborni predmet, bio bi dostupan samo onim učenicima čiji su nastavnici pronašli načina za stručno formalno obrazovanje. Ostali nastavnici pokušavaju medijsku pismenost uključiti unutar svojih predmeta. Prema istraživanju iz 1997. Lemish i Lemish naišli su na čak 25% nastavnika koji medijsku pismenost podučavaju potpuno krivo i time samo gube vrijeme.<sup>121</sup>

Trebaju li medijske organizacije financijski potpomagati medijsku pismenost?

Medijske organizacije trebale bi biti odgovorne za razvoj kritičkog mišljenja kod publike, no to im naravno nije cilj. Budući da su mnogi nastavnici u stalnoj potrazi za novim oblicima financijske pomoći ili obrazovanja, neke su medijske institucije u Americi ponudile svoje resurse kako bi se na njihovim platformama emitirao učenički rad.

Budućnost medijske pismenosti ovisi o dugoročnom planiranju svih onih koji su u to uključeni, u prvom redu nastavnici i obrazovne ustanove.<sup>122</sup>

S druge strane, europsko iskustvo jedne knjižnice u Rumunjskoj pokazalo je pozitivan utjecaj knjižnice kada je riječ o promicanju medijske pismenosti.<sup>123</sup> U projekt je bilo uključeno 199 tinejdžera i razvijeno je osam modula koje je moguće koristiti u bilo kojoj rumunjskoj školi ili knjižnici.

Projekt pod nazivom „App Library“ prvenstveno je imao za cilj unaprijediti medijske vještine mladih u Rumunjskoj nakon što su 2009. i 2013. istraživanja Europske unije pokazala kako su njihova znanja nedostatna, nepraktična, te da stručnog osoblja nedostaje.<sup>124</sup> Koristeći se sredstvima namijenjenima javnim knjižnicama, zaposlenici knjižnice ondje su oformili prostoriju opremljenu s devet laptopa i jedanaest tableta. Potrudili su se razviti osam modula koji su

---

<sup>121</sup>Lemish, Dafna and Lemish, Peter (1997). A much debated consensus: Media literacy in Israel. u Kubey R. (ur.) Media literacy in the information age. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

<sup>122</sup> Hobbs, R. (1998) „The Seven Great Debates In The Media Literacy Movement“ u *Journal of Communication*, vol.48-br.1, str.16-32.

<sup>123</sup> App Library project, URL: <<http://www.eifl.net/resources/romanian-public-library-teaches-young-people-media-literacy-skills>>, posjet 13.svibnja 2017.

<sup>124</sup>Isto.

uključivali medijsku i e-pismenost, praktično medijsko znanje i komunikacijske vještine. Koristeći se besplatnim *softwareima*, htjeli su podići svijest o odabiru *softwarea* i povećati interes sudionika. Putem tih *softwarea* bavili su se obradom teksta, video i foto uređivanjem. Neka su predavanja bila zamišljena na standardan način, a za neka su koristila besplatnu platformu *Moodle*. U samo osam mjeseci provedbe projekta, knjižnica je postigla nevjerovatne rezultate. Diseminirali su ih na tri lokalna knjižničarska seminara pred ukupno gotovo 300 knjižničara iz Rumunjske i Mađarske, te na godišnjem IFLI-nom kongresu. U knjižnicu su uveli *Moodle* kojeg je moguće koristiti i kasnije u cilju neformalnog učenja, povezali su se s nastavnim osobljem i školama tvoreći tako uvjete za buduću suradnju i privukli preko 1500 novih korisnika u knjižnicu. Učenici su postali svjesniji svog ponašanja na internetu, otkrili su nove programske jezike koje će koristiti u daljnjem obrazovanju, a za njih je knjižnica pripremila nastavak programa koji uključuje pisanje kritički strukturiranih tekstova i enciklopedijskih unosa u rumunjskoj verziji Wikipedije. Također je pripremila i projekt za stotinu novih polaznika. Sve ovo trebalo bi doprinijeti njihovim nastojanjima da se medijska pismenost uključi u nacionalni školski kurikulum, a nastavno osoblje poticati podučavanju medijske pismenosti.

Na kraju provedbe projekta percepcija knjižnica u zajednici se promijenila. Nastavnici, ustanove i učenici počeli su knjižnicu smatrati dinamičnom sredinom u kojoj je moguće steći nova znanja i vještine korisne u svakodnevnom životu. Jedna druga europska članica, Španjolska, nudi također primjere dobre prakse zahvaljujući činjenici da je španjolsko Ministarstvo obrazovanja nudilo potpore projektima medijskog opismenjavanja. Španjolske su obrazovne institucije vrlo dobro opremljene tehnologijom (2011. omjer učenika i kompjutera bio je 3 naprema 5), no često su računala, tableti i pametne ploče rijetko u upotrebi, jer izostaje inicijativa nastavnika za njihovo korištenje. Korištenje radija i novina, tableta, pametnih ploča i računala prisutno je u predškolskom i osnovnoškolskom centru CEIP El *Trocadero*, koji ima i svoj službeni radijski program za osnovnoškolce. S druge strane, u ruralnom dijelu Španjolske, u Teruelu djeluje škola koja je primijenila metodologiju suradničkog učenja i pokrenula blogove, radijski i televizijski školski program, novinarsku radionicu, uz korištenje tableta i *notebooka*. Jedna je druga škola u Santanderu potaknula učenike da sami stvaraju sadržaje koje objavljuju na internetu, vode školski radio i televiziju. Ove obrazovne ustanove na svojim su primjerima pokazale kako je

medijska pismenost rezultat dobre tehnološke pripreme, usavršavanja nastavnika i uključivanja obitelji u proces.<sup>125</sup>

## **11. Smjernice za uključivanje medijske pismenosti u program knjižnice**

Svaka knjižnica koja je željna razvijati se u skladu s potrebama modernog doba i potrebama svojih korisnika trebala bi razmisliti o uvođenju programa medijske pismenosti za zainteresirane članove knjižnice. To mogu biti ljetni tečajevi, tečajevi tijekom praznika ili izvannastavna aktivnost ukoliko je riječ o školskoj knjižnici. S obzirom na profil korisnika, valjalo bi ih podijeliti u grupe temeljene na starosti, stručnosti te stečenom stupnju obrazovanja.

Osnovni načini za uključivanje medijske pismenosti u program rada knjižnice jesu vježbanje kritičkog mišljenja, analize i komunikacijskih vještina. Primjerice, može se započeti s raspravom na temu medijskih tekstova ili izvještaja te istraživanja koje su tehnike korištene za privlačenje pozornosti, vežu li se određene reklame ili proizvodi uz te poruke, kako bi ih interpretirale druge skupine ili grupe. Kako bi potaknuli interes polaznika, valja se osloniti na njihovo prethodno znanje o danoj temi, istražiti je li to znanje faktičko znanje ili ono koje su mediji stvorili, zatim uključiti zanimljiv video isječak, pjesmu, blog, fotografiju i zadati grupni rad istraživanja teme putem internet tražilice. U slučaju korištenja video zapisa, s grupom treba podijeliti samo kratak segment, umjesto čitavog filma, brinuti o detaljima (ostaviti upaljena svjetla kako bi bilo moguće zapisivati), periodično zaustavljati snimku radi postavljanja unaprijed osmišljenih pitanja. Također, treba poticati kritičko razmatranje terminologije, poticati praćenje svakodnevnih događanja, te uočiti što je i koliko popraćeno u različitim medijima. Tu su još i pitanja krivog predstavljanja u medijima, varljive statistike, sugestivnih pitanja, korištenje postotka bez navođenja cjeline i razne jezične „varke“. Kao zadatak polaznici sami mogu osmisлити lažnu vijest, poduprijeti je lažnim fotografijama, naslovima ili brojkama, analizirati utjecaj određenih

---

<sup>125</sup> A cross cultures: a global look at media literacy education, Journal of Media Literacy, 2016., vol. 3, br. 1-2, URL: <[https://www.researchgate.net/publication/305392195\\_Media\\_literacy\\_Good\\_practices](https://www.researchgate.net/publication/305392195_Media_literacy_Good_practices)>

medijskih poruka na različite kulture ili povijesna razdoblja, istražiti kako su nekada ljudi dolazili do informacija.<sup>126</sup> Sveučilište u Nevadi i knjižnice u Renou surađivale su s Odsjekom za komunikologiju na projektu digitalnih priča u sklopu promicanje važnosti medijske pismenosti. Sve do 2011. visokoškolske knjižnice nisu pretjerano uključivale digitalne priče u svoj rad, bez obzira na sve prednosti koje bi im one donosile. Međutim, Udruženje sveučilišnih i istraživačkih knjižnica tada je ukazala na brojne prednosti, poput interpretiranja, procjene, stvaralaštva i etičkog korištenja vizualnog materijala. Tijekom predmetne nastave studenti bi održali određen broj sati i uključili pripovijetke, slike, video i glazbu u digitalne priče koje su mogli podijeliti s partnerima u zajednici. Osim jačanja osjećaja pripadnosti zajednici, knjižničari se koriste digitalnim pričama kako bi razvijali vještine vezane uz tehnologiju, kritičko mišljenje, kreativnost, digitalno građanstvo, suradnju i protok informacija. U knjižnici su studenti učili o etičkoj upotrebi materijala, video obradi i upotrebi slika. Važna etapa projekta bilo je pronalaženje i citiranje izvora fotografija i korištenje besplatne glazbe, snimanje i obrada fotografija, obrada videa, pisanje teksta i dijeljenje materijala. Tijekom ovog projekta studenti su koristili najmoderniju tehnologiju, opremu, aplikacije i strategije. Sve navedene medijske vještine od neprocjenjive su važnosti za studente koji će ubrzo završiti studij i krenuti u potragu za poslom. Kroz projekt su razvijene i smjernice koje bi pospješile projekte vezane uz digitalne medije. Te su smjernice ponajprije naglašavale etično korištenje sadržaja, podučavanje učenika različitih sposobnosti, suradničko učenje i planiranje vremena potrebnim za dovršenje medijskog projekta. Kroz suradnju s drugim odsjecima Fakulteta, knjižnice imaju priliku koristiti digitalne priče za što veću uključenost studenata u proces učenja i podučavanje različitim digitalnim i medijskim vještinama. Na kraju provedbe projekta, pojedini su učenici imali priliku volontirati u ustanovama o kojima su izrađivali projekt, a nekima su ponudili i ozbiljne poslovne ponude. Također je važno naglasiti kako su i ustanove imale koristi od projekta jer su uštedile novac i vrijeme potrebno za oglašavanje i marketing, a vidljivost njihove ustanove u zajednici povećao je ovaj projekt o kojemu se vijest počela širiti društvenim mrežama i nekim drugim medijskim kanalima.<sup>127</sup>

---

<sup>126</sup>URL: <http://www.projectlooksharp.org/Resources%202/12BasicWaysBooklet.pdf>, >, posjet 20.svibnja 2017.

<sup>127</sup>Stories of Service-Learning, URL:<[https://www.researchgate.net/publication/283296913\\_Stories\\_of\\_Service-Learning\\_Guidelines\\_for\\_Increasing\\_Student\\_Engagement\\_with\\_Digital\\_Storytelling](https://www.researchgate.net/publication/283296913_Stories_of_Service-Learning_Guidelines_for_Increasing_Student_Engagement_with_Digital_Storytelling)>

## 12. Zaključak

Svakodnevno svjedočimo utjecaju medija na glavne demokratske procese. Kako je istaknuto u radu, za demokratsko učešće građana potrebne su vještine kritičkog mišljenja i samoizražavanja, a medijska pismenost važna je odlika demokratskog društva. Medijska pismenost omogućava prvenstveno djeci, budućim građanima - političke odabire, shvaćanje političkog diskursa i sudjelovanje u njemu. Time omogućujemo da i oni sami jednoga dana, kao punoljetni, medijski pismeni i dobro obrazovani građani donesu ispravne odluke.

Kod mladih u Hrvatskoj sposobnost kritičkog razumijevanja nedovoljno je razvijena, posebice kada je riječ o primjerice, političkim temama, što je rezultat površnog obrazovanja i nedostatka demokratske kulture, ali i nerazvijenog istraživačkog novinarstva te nedostatka kvalitetnog sadržaja u medijima. Dokaza ima napretek kad je riječ o neprepoznavanju govora mržnje i propagande u medijima te slijepo vjerovanje medijskim izvještajima. Iako su neke medijske organizacije pokušale provesti edukaciju mladih po tom pitanju, nedopustivo je da tako važno pitanje ostane stvar pojedinih nevladinih udruga ili organizacija. Potrebno je formalno uvesti medijsku pismenost u obrazovni sustav i stalno raditi na provođenju modernih, a ne zastarjelih programa koji će deklarativno zagovarati medijsku pismenost, a sve to nedovoljno popratiti tehnološki naprednim uređajima.

Bit medijske pismenosti je uočiti razliku između stvarnog svijeta i onog svijeta kojega nam dočaravaju mediji. Kada ste medijski pismeni, u stanju ste s kritičkim odmakom sagledati artificijelnu realnost koju nam mediji dočaravaju i isto tako živjeti život kakvog ste si sami odabrali. Imajmo to na umu jer medijska nepismenost je može biti opasna za ljudski duh akonismo u mogućnosti sami ocijeniti što je dobro za nas, a što nije. Neprestana želja i poriv da posjedujemo pokazao se kao jedan od očitih produkata masovnih medija. Tu je želju teško zadovoljiti. Mediji uvjetuju naše ponašanje jednako koliko odabiru informacije za nas. To nažalost ne znači da je riječ o informacijama koje su nam i najpotrebnije. Kada sagledamo situaciju iz perspektive medijske pismenosti, vidimo na koji način dopuštamo utjecaj na nas same, te umjesto da budemo medijski programirani, slijedimo vlastite ideje. Svijet oko nas

rapidno se mijenja, ne samo zbog činjenice da možemo saznati što god poželimo o gotovo bilo kojoj temi već i jer svatko od nas ima mogućnost stvoriti i podijeliti vlastitu poruku koristeći nove informacijske tehnologije. Njegujući medijsku pismenost, polako počinjemo zamjenjivati stavove koje su nam mediji usadili s onima koje smo sami svjesno odabrali ili formirali.



### **13. Sažetak**

Cilj je ovoga rada prikazati medijsku pismenost kao osnovnu odliku razvoja demokratskog društva. Okruženi smo masovnim medijima čije poruke oblikuju našu stvarnost i naša mišljenja. Kako bismo uopće prepoznali medijske poruke, važno je biti medijski pismen. U radu se polazi od osnovnih značajki medijske pismenosti, načela medijske pismenosti i institucija koje se bave medijskom pismenosti.

Medijska pismenost definirana je 1992. na konferenciji o medijskoj pismenosti kao „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“. Kao disciplina uključuje vještinu kritičkog mišljenja te različite metodološke prakse. Budući da danas građani radije dobivaju informacije iz medijskih negoli pisanih izvora, važno je da svi budu pismeni – „pismeni“ u smislu da znaju više od brojki i slova.

### **14. Ključne riječi**

medijska pismenost, informacijska pismenost, mediji, zakonodavni okviri

## **15. Summary**

The aim of this paper is to show media literacy as the basic characteristic of a democratic society. We are surrounded by mass media whose messages shape our reality and our thinking. In order to recognize media messages at all, it is important to be media literate. This paper is based on the basic features of media literacy, the principles of media literacy, and media literacy institutions.

Media literacy was defined on media conference in 1992 as "the ability to access, analyze, evaluate and transmit messages through the media". Media literacy as a discipline involves the skill of critical thinking and various methodological practices. Since citizens today prefer to receive media information than written sources, it is important for everyone to be literate, "literate" in the sense of knowing more than numbers and letters.

### **KEYWORDS:**

media literacy, information literacy, media, legal frameworks

## 16. Popis literature

1. Ašković, Marina (2015) „Ekologija medija“ u *In Medias Res*, vol.4 – br.6, Zagreb: Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja.
2. Aufderheide, Patricia (1992) *A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*, Maryland: The Aspen Institute.
3. Auwera van der Sigrid, Bauwel van Sofie i Mottart, André (2007) *Vlaams onderzoek naar cultuureducatie*, Utrecht: Cultuurnetwerk Nederland.
4. Axelrod, Lauren (1997) *TV-Proof Your Kids*, Secaucus, NJ: Citadel Press.
5. Balnaves, Mark i Hemelryk, Stephanie (2009) *Media Theories and Approaches: A Global Perspective*, London: Palgrave.
6. Baudrillard, Jean (1989) *From Marxism to Postmodernism and Beyond*, Redwood City: Stanford University Press.
7. Bawden, David (2001) „Information and digital literacies: A review of concepts” u *Journal of Documentation*, vol. 57-br.2.
8. Beck, John C. i Wade, Mitchel (2004) *Got Game: How the Gamer Generation is Reshaping Business Forever*, Boston: Harvard Business School Press.
9. Bianculli, David. (1992) *Teleliteracy: Taking television seriously*, New York: Continuum.
10. Biti, Vladimir (1997) *Pojmovnik suvremene književne teorije*, Zagreb: Matica Hrvatska.
11. Carpenter, Edmund (1991) „The New Languages” u Rodman, George (ur.) *Mass Media Issues*, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
12. Chomsky, Noam (2001) *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb: Što čitaš?.
13. Cortes, Jesus i Lau, Jesus (2009) „Information Skills: Conceptual Convergence between Information and Communication Sciences“ u Aguaded-Gómez, José Ignacio (ur.) *Mapping Media Education Policies In The World: Visions, Programmes, Challenges*, New York: United Nations Alliance of Civilizations.
14. Erjavec, Karmen (2002) „The Media and Computer Literacy Project in Europe: The Case of Slovenia“ u *Medijska istraživanja*, vol. 8 - br.2, Zagreb: Naklada medijska istraživanja.
15. Feilitzen, Cecilia (ur.) (2001) *Outlooks on Children and Media*, Goteborg: Nordicom.
16. Fiske, John (1987) *Television Culture*, Routledge, London.

17. Frost, Richard i Hobbs, Renee (2003) „Measuring the Acquisition of Media-Literacy Skills” u *Reading Research Quarterly*, vol. 38 - br.3.
18. Fukač, Andreja (2016) *Uloga medijske pismenosti u promicanju kvalitete obrazovanja*, Završni rad br. 45/PMM, Zagreb.
19. Gospodnetić, Filip i Morić, Domagoj (2014) *Mladi i mediji u Hrvatskoj*, Zagreb: Forum za slobodu odgoja.
20. Halloran, James (1970) *The Effects of Television*, Granada: Panther Books.
21. Henriques, Susana i Soleda, Ana Filipa (2011) „The Eu e os Outros Project - a case study“ u *Observatorio Journal*, vol.5 – br.4.
22. Hobbs, Renee (1998) „The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement” u *Journal of Communication*, vol.48 – br.1.
23. Janowitz, Morris (1981) *Reader in Public Opinion and Mass Communication*, Detroit: Free Pr.
24. Kellner, Douglas (2005) “Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy” u *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, Vol. 26-br.3.
25. Kellner, Douglas i Share, Jeff (2007) „Critical Media Literacy, Democracy, and the Reconstruction of Education“ u Macedo, Donald (ur.) *Media literacy: A reader*, New York: Peter Lang Publishing.
26. Lasić-Lazić, Jadranka, Špiranec, Sonja i Banek Zorica, Mihaela (2012.) “Izgubljeni u novim obrazovnim okruženjima-pronađeni u informacijskom opismenjivanju” u *Medijska istraživanja*, vol. 18-br. 1, Zagreb: Naklada medijska istraživanja.
27. Leaković, Karolina, Stević, Anja i Stipović, Jelena (2015) „Žene i muškarci u središnjim informativnim emisijama HRT-a, RTL-a i NOVE TV od 2009. do 2013.: glasovi nejednake vrijednosti“, Zagreb: FPZG.
28. Lemish, Dafna i Lemish, Peter (1997) „A much debated consensus: Media literacy in Israel“ u Kubey, Robert (ur.) *Media literacy in the information age*, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
29. Letinić, Antonija i dr. (ur.) (2016) *Čitajmo između redova - Priručnik za razvoj medijske pismenosti*, Zagreb: Gong i Kurziv.

30. Lim, Wei-Ying, Hung, Davidi Horn-Mun, Cheah (2009) „An Interactive and Digital Media Literacy Framework for the 21<sup>st</sup> Century” u Yildiz, Melda, Jared Keengwe (ur.) *Handbook of Research on Media Literacy in the Digital Age*, New York: Hershey.
31. Livazović, Goran (2009) „Mass media in a changing world: History, industry, controversy“ u *Život i škola*, vol.57 - br.21, Zagreb: Educa.
32. Luke, Carmen (1997) „Media Literacy and Cultural Studies” u Sandy Muspratt, Allan Luke, Peter Freebody (ur.) *Constructing Critical Literacies: Teaching & Learning Textual Practice*, New Jersey: Hampton Press.
33. Masterman, Len (1985) *Teaching the Media*, London: Routledge.
34. Messaris, Paul (1996) *Visual 'literacy': Image, mind, reality*. Boulder, CO: Westview Press.
35. Oblinger, Diana i Oblinger, James (2005) „Is It Age or IT: First Steps Toward Understanding the Net Generation” u *Educating the Net Generation*, Boulder: Educause.
36. Peruško, Zrinjka (2008) *Mediji, kultura i civilno društvo*, Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo.
37. Postman, Neil (1986) *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin Books.
38. Potter, James W. (2001) *Media Literacy*, London: SAGE Publication.
39. Potter, James W. (2016) *Introduction to Media Literacy*, London: SAGE Publication.
40. Radway, Janice A. (1983) „Women Read the Romance: The Interaction of Text and Context“ u *Feminist Studies*, vol. 9-br. 1, Maryland: FJN.
41. Roberts, Donald i Foehr, Ulla (2008) *Trends in Media Use*, New Jersey: Centre for the Future of Children.
42. Silverblatt, Art (1995) *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. Westport: Praeger.
43. Sindik, Joško (2012) „Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?“ *Medijska istraživanja*, vol. 18-br. 1, Zagreb: Naklada medijska istraživanja.
44. Stričević, Ivanka (2011) „Pismenosti 21.stoljeća: Učenje i poučavanje u informacijskom okruženju” u *Zrno: časopis za obitelj, vrtić i školu*, 22, Zagreb: ZrnoPrint.
45. Špiranec, Sonja i Banek Zorica, Mihaela (2008) *Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazišta*, Zagreb: Zavod za informacijske studije odsjeka za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

46. Špiranec, Sonja. (2003) *Informacijska pismenost - ključ za cjeloživotno učenje*. Edupoint 3, (2003), URL: <[http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1.html#para\\_3](http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1.html#para_3)>
47. Tan Wee Hin, Leo (2009) *Handbook of Research on New Media Literacy at the K-12 Level: Issues and Challenges*, Information Science Reference.
48. Vrkić Dimić, Jasmina (2014) „Suvremeni oblici pismenosti“ u *Školski vjesnik*, god.63-br.3, Zagreb: Filozofski fakultet u Splitu.
49. Williams, Peter i Rowlands, Ian (2007) *Information Behaviour of the Researcher of the Future; Work Package II: The Literature on Young People and Their Information Behaviour*, London: CIBER.
50. Willinsky, John i Hunniford, Mark (1986) „Reading the romance younger: The mirrors and fears of a preparatory literature“ u *Texts of desire: Essays on fiction, femininity and schooling*, Oshkosh: University of Wisconsin
51. Yildiz, Melda N. (2015) *Handbook of Research on Media Literacy in the Digital Age*, Pennsylvania: IGI Global.
52. Zgrabljic Rotar, Nada (2005) „MEDIJI - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji“ u *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: MediaCentar.
53. Zgrabljic, Nada (2003) „Uvodnik: Medijska pismenost/Media Literacy“ u *Medijska istraživanja*, vol. 9-br. 2, Zagreb: Naklada medijska istraživanja.
54. Zurkowski, Paul G. (1974) *The Information Service Environment Relationships and Priorities*, Washington, DC: National Commission on Libraries and Information Science.

## 16.1. Internetski izvori

1. ‘App Library’ project, Arad County Library, Romania:  
URL:<<http://library.ifla.org/1245/1/102-stoica-en.pdf>>
2. A cross cultures: a global look at media literacy education, Journal of Media Literacy, 2016., vol. 3, br. 1-2,  
URL:<[https://www.researchgate.net/publication/305392195\\_Media\\_literacy\\_Good\\_practices](https://www.researchgate.net/publication/305392195_Media_literacy_Good_practices)>
3. Alexandria Proclamation on Information Literacy and Lifelong learning,  
URL:<<http://archive.ifla.org/III/wsis/info-lit-for-all.htm>>

4. American Library Association Presidential Committee on Information Literacy,  
URL:<[http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1.html#para\\_3](http://edupoint.carnet.hr/casopis/17/clanci/1.html#para_3)>
5. Audiovizualna i medijska politika,  
URL:<[http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/hr/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.13.2.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/hr/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.13.2.html)>
6. Critical Media Literacy: Research, Theory, and Practice in "New Times",  
URL:<<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/00220670009598707>>
7. Digital natives, URL:<<http://www.pewinternet.org/2006/09/28/new-workers-new-workplaces-digital-natives-invade-the-workplace/>>,</a>
8. European Children's Film Association Association, URL:<[http://www.ecfaweb.org/wp-content/uploads/2001/03/World\\_Summit\\_on\\_Media\\_for\\_Children2.pdf](http://www.ecfaweb.org/wp-content/uploads/2001/03/World_Summit_on_Media_for_Children2.pdf)>,</a>
9. Financial Times, URL:<<https://www.ft.com/content/77851d12-47f5-11db-a42e-0000779e2340>>
10. *Google* generacija,  
URL:<[www.ucl.ac.uk/slais/research/ciber/downloads/GG%20Work%20Package%20II.pdf](http://www.ucl.ac.uk/slais/research/ciber/downloads/GG%20Work%20Package%20II.pdf)>,</a>
11. International Journal of Adolescence and Youth,  
URL:<<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02673843.2013.821078>>
12. Jean Baudrillard,  
URL:<[- 13. Journal of Media Literacy,  
URL:<\[https://www.researchgate.net/publication/305392195\\\_Media\\\_literacy\\\_Good\\\_practices\]\(https://www.researchgate.net/publication/305392195\_Media\_literacy\_Good\_practices\)>
- 14. Leksikon radija i televizije, URL: <<http://obljetnica.hrt.hr/leksikon/t/televizija-bez-granica/>>
- 15. Nikola Tesla, URL:<\[http://www.pbs.org/tesla/II/II\\\_whoradio.html\]\(http://www.pbs.org/tesla/II/II\_whoradio.html\)>
- 16. OECD, URL: <<http://www.oecd.org/edu/innovation-education/34867438.pdf>>
- 17. O medijskoj pismenosti. URL: <http://www.medijskapismenost.net/o-medijskoj-pismenosti>.
- 18. Primary film literacy, URL:<<http://www.primaryfilmliteracy.com/>>](http://www.philosophicalsociety.com/Archives/Baudrillard's%20Thoughts%20On%20Media.htm#\)

19. Project Look Sharp,  
URL:<<http://www.projectlooksharp.org/Resources%202/12BasicWaysBooklet.pdf>>
20. Stories of Service-Learning: Guidelines for Increasing Student Engagement with Digital Storytelling,  
URL:<[https://www.researchgate.net/publication/283296913\\_Stories\\_of\\_Service-Learning\\_Guidelines\\_for\\_Increasing\\_Student\\_Engagement\\_with\\_Digital\\_Storytelling](https://www.researchgate.net/publication/283296913_Stories_of_Service-Learning_Guidelines_for_Increasing_Student_Engagement_with_Digital_Storytelling)>
21. UNESCO, “Global MIL week”, URL: <<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/global-alliance-for-partnerships-on-media-and-information-literacy/global-mil-week/>>
22. UNESCO, Informacijska i medijska pismenost, URL:  
[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/wsis/WSIS\\_10\\_Event/WSIS - Series of research papers  
Conceptual Relationship between Information Literacy and Media Literacy.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/wsis/WSIS_10_Event/WSIS_-_Series_of_research_papers_Conceptual_Relationship_between_Information_Literacy_and_Media_Literacy.pdf)
23. UNESCO,  
URL:<[www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/wmn/curriculum%20teachers.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/wmn/curriculum%20teachers.pdf)>
24. Vijeće Europe, URL: <<https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list-/conventions/treaty/132>>

## 16.2. Zakonodavni izvori

1. Declaration On Media Education, (1982), UNESCO, Grunwald,  
URL:<[http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF)>,
2. Europska konvencija o prekograničnoj televiziji i Protokola o izmjenama Europske konvencije o prekograničnoj televiziji, Narodne novine - Međunarodni ugovori 11-101/2001
3. Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda, Narodne novine – MU, br. 18/97, 6/99, 14/02, 13/03, 9/05, 1/06, 2/10
4. Povelja Ujedinjenih naroda, Narodne novine - Međunarodni ugovori 15-35/1993



5. Protokol o izmjenama Europske konvencije o prekograničnoj televiziji (pročišćeni tekst), Narodne novine - Međunarodni ugovori, br. 11-101/2001
6. The European Charter for Media Literacy,  
URL:<<http://www.euromedialiteracy.eu/charter.php>>,
7. Zakon o elektroničkim medijima, Narodne novine,  
br. 153/2009, 84/2011, 94/2013, 136/2013
8. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji, Narodne novine, br. 137/2010, 76/2012, 78/2016
9. Zakon o medijima, Narodne novine, br. 59/2004, 84/2011, 81/2013